

DESIGN RESEARCH

SWEDISH DESIGN RESEARCH JOURNAL SVID, STIFTELSEN SVENSK INDUSTRIDESIGN

#2.12

FOKUS NEDERLÄNDERNA

Brobyggare



VAD SKA DESIGNFORSKNINGEN
ÄGNA SIG ÅT I FRAMTIDEN?

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
forskningsbaserade 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:
"Novel Hospital Toys" av Hikaru
Imamura, utexaminerad från Design
Academy Eindhoven. Projektet
bygger bland annat på användar-
studier av barn på sjukhus.

INNEHÅLL

Han bygger broar	4
I Nederländerna satsar staten på designforskning genom CRISP. <i>Bas Raijmakers</i> berättar.	
Design Academy Eindhoven	8
Besök på Design Academy Eindhoven under Dutch Design Week.	
Tre CRISP-projekt på DAE	12
Forskning om smarta textilier, stress på arbetsplatsen och äldres behov av service.	
Teori i praktiken och det nödvändiga brobyggandet	14
Om behovet av konstruktiva möten mellan näringsliv och forskning.	
Splittrad bild av svensk designforskning utomlands	18
Fyra frågor till fem personer som forskar inom designområdet.	
Stora utmaningar för framtida designforskare	22
Vad ska morgondagens designforskning handla om? Intressant diskussion i Umeå.	
Design med användaren	27
Introduktion av Lisbeth Svengren Holm.	
Wisdom of the Crowd	28
Emma Murphy & David Hands	
Multiple perceptions as framing device for identifying...	38
Claudia Scholz & Louise Branberg Realini	
Different approaches to design management	46
Justyna Starostka	
Organizational sensemaking through enabling design services	53
Magnus Eneberg	
Avhandlingar, Noterat, Konferenser	60
Krönika	67

Uppdrag användare

Det är många som talar om att sätta kunden i centrum, eller patienten, brukaren eller användaren. Och det är många som talar om att samverkan över disciplinränder är vägen för att lyckas. Vi läser strategidokument och debattartiklar om vikten av att människan är i centrum i utvecklingsprocesser. Kärt barn har många namn. För användaren, kunden, medborgaren, brukaren eller patienten är just den som borde vara i fokus när vi utvecklar nya varor, tjänster eller morgondagens politiska lösningar. Men så ofta stannar det vid att vi konstaterar att det är viktigt. Få talar om ”hur” vi rent praktiskt gör för att komma dit.

I september presenterades rapporten *Design for prosperity and growth* som är framtagen av European Leadershipboard for Design som har jobbat på uppdrag av EU-kommissionen. I den lyfts en bred definition av design fram: ”Design is perceived as an activity of people-centred innovation by which desirable and usable products and services are defined and delivered.” Och precis just här, med en sådan definition av design får vi ett av svaren på hur innovationskraften kan öka. När användarna är i centrum för utvecklingsprocessen och den skär horisontellt mellan kunskapsområden så blir oftast lösningarna bättre, attraktivare och effektivare.

I Sverige är vi bra på design, vi har designbyråer som attraherar kunder från andra länder, designutbildningar som rankas högt på internationella rankingar och designforskare som jobbar mitt i företagsutveckling. Men vi behöver bli bättre på att lyfta fram allt bra som görs; alla människor – både medarbetare och användare – som bidrar till att skapa bättre lösningar på olika nivåer. Det kan handla om att utveckla kommuner med design eller skapa nya gränssnitt i föräldraförsäkringen. Eller för den delen, utveckla sensorer för blodsockermätning.

I oktober presenterades regeringen sin nationella innovationsstrategi. Många av reaktionerna var att den var luddig om vad regeringen egentligen vill. Men, det är lätt att i sammanhanget glömma bort att vi för bara ett par år sedan hade en innovationsdebatt som knappt nämnde människor som grunden för innovation – varken som kund, användare, innovatörer eller medarbetare. Att synen på innovation har förflyttats på några år ger ändå mycket luft under vingarna för de som vill ta tag i ”hur”. I detta arbete kommer därför SVID att tillsammans med forskare, designföretag, designköpare och affärsutvecklare under hösten arbeta fram en strategisk forsknings- och innovationsagenda om hur design kan användas som utvecklingskraft.

Du hittar vårt arbete med agendan på www.designagenda.ning.com.
Välkommen att bidra!

Eva-Karin Anderman, Programchef SVID



Eva-Karin Anderman

FOTO: CAROLINE LUNDEN-WELDEN



FOTO: LOTTA JONSSON

HAN BYGGER BROAR

I Nederländerna har designforskningen fått en rejäl chans. Under fyra år satsas stora pengar på att engagera och dra in de kreativa näringarna i ett stort antal projekt. Alla dessa fokuserar på omvårdnad och produktivitet i ett brett perspektiv. Förhoppningarna är att forskningen ska förbättra samhället både socialt och ekonomiskt.

Hissen från gatuplanet i deWitteDame (den vita damen), en vit modernistisk fabriksbyggnad ett par stenkast från järnvägsstationen i Eindhoven, tar mig direkt till plan tre och in i Design Academy Eindhoven – den mest prestigefyllda designskolan i Holland, ja, hela världen. Genom alla år har dess utställningar och elevpresentationer haft ett ganska ovanligt tilltal. De har andats humanism, ofta varit lekfullt poetiska och betydligt mer konceptuella och utforskande än här hemma.

Bas Raijmakers

(t v) leder den interna CRISP-forskargruppen på Design Academy Eindhoven som högskolelektor (Reader) i Strategic Creativity. Han studerade kulturfrågor, internet samt interaktionsdesign innan han doktorerade inom ämnet interaktionsdesign på Royal College of Art i London 2007. Vid sidan av lektorstjänsten driver han nu designforskningskonsultföretaget STBY med kontor i London och Amsterdam. STBY har riktat in sig på "designforskning för serviceinnovation" och har kunder inom både den offentliga och privata sektorn runt om i världen.

Den designteoretiska undervisningen har också varit väl utvecklad på skolan. Däremot har regelrätt designforskning inte varit något man sysslat speciellt mycket med, inte förrän nu. Inte före CRISP.

FÖRSTA STORA SATSNINGEN

CRISP står för Creative Industry Scientific Programme och är en rejäl statlig satsning på designforskning i Nederländerna. Design Academy Eindhoven ska tillsammans med industri-designavdelningarna vid de tekniska universiteterna i Eindhoven, Delft och Twente-universitetet Enschede samt sextio samarbetspartner (företag, ideella organisationer, kommunala instanser med flera) utveckla och etablera en vetenskapligt grundad kunskapsbas kring hur design kan spela en strategisk roll i utvecklingen av ett bättre och mer hållbart samhälle. Eller enklare uttryckt koppla ihop designforskning och kreativa producenter av både tjänster och produkter.

– Det här är första gången som regeringen satsar stort på designområdet och de kreativa näringarna, berättar Bas Raijmakers, forskningsansvarig på skolans CRISP-program.

– Tidigare har man bara gett forskningspengar till kemisk eller teknisk forskning och stora etable-

rade företag. Men de senaste åren har diskussionerna också handlat om att kreativa innovationer kan bidra till den allmänna samhällsutvecklingen i ett större ekonomiskt sammanhang. Och att man måste nå ut med ny kunskap till skapande människor och dessförinnan på ett seriöst sätt försöka ta reda på hur detta skulle kunna ske.

Inspirationen till CRISP kommer till stor del kommer från Storbritannien berättar Bas Raijmakers. Numera talar man även på regeringsnivå i Nederländerna om att det lönar sig att använda mer designmetodik på ett tidigt stadium i en utvecklingsprocess. Ända tills helt nyligen ansågs design mest vara yta – inte helt ovanligt – och något som mest handlar om att formge sådant som redan är uttänkt. Men CRISP-satsningen visar att politikerna upptäckt "design thinking" och att design kan ha en strategisk betydelse också för hela samhällsbygget.

TÄNKER PÅ BRUKARNA

Bas Raijmakers hjärta klappar som hårdast för användardrivna designlösningar.

Han tog sin magisterexamen i Social Studies (Culture Science) och startade därefter ett eget internetföretag. Under det tidiga 1990-talet började han forska om hur internet

användes och också skapa nya användningsområden för nätet, framför allt inom undervisningsområdet. Redan då upptäckte han att man måste testa alla applikationer på personer som ska använda dem. Ofta hade konstruktörer och formgivare inte en aning om hur de presumtiva brukarna levde eller fungerade framför skärmen. Användarstudier gjordes alldeles för sent då ingenting längre var påverkligt.

BRUKARMEDVERKAN

Någonstans där började ett mer genomgripande intresse för brukarmedverkan. Bas Raijmakers började kolla upp vilka typer av forskning och förundersökningar som verkligen borde krävas innan ett mer konkret designarbete kan starta. För nio år sedan påbörjade han sin doktorandutbildning på Royal College of Art i London, avdelningen för interaktionsdesign.

– Jag har alltid varit intresserad av film, särskilt dokumentärer. Det resulterade i försök att hitta beröringspunkter mellan filmande och hur man kan undersöka människor och dra in vardagslivet på ett initialt skede i en innovationsprocess. I över hundra år har dokumentärfilmare tittat på människor och mänskligt beteende på ett helt annat sätt än designer ser på dem som ska använda deras formgivna produkter eller tjänster. Filmarens metoder tyckte jag var betydligt bättre och mer utvecklade. De hade ofta en större förståelse och ett mer praktiskt men också ett betydligt mer ingående filosofiskt synsätt. Något som också skulle kunna användas inom designområdet, menar Bas Raijmakers.

– Designer tenderade att betrakta användarna mer från sidan; de tror att de måste vara objektiva och vill inte störa. Jag brukar säga: Men nej! Ni måste engagera er, delta, interagera. Allt handlar om något så elementärt

som att man måste ge något för att få något. Inom dokumentärfilmgenren känner alla detta rent intuitivt. Likaså inom andra akademiska discipliner, till exempel etnologi och socialantropologi. Jag såg som min uppgift att bygga broar mellan dessa olika sätt att tänka. Alltså, man måste involvera människor redan från allra första början i alla designprocesser. Inte minst när det gäller att utveckla tjänster. Eller olika interaktiva funktioner. Man måste känna till folks situation, deras bakgrund, deras historier och använda deras erfarenheter som inspirationskällor; låta dem vara med och delta rent konkret i utvecklingssamarbeten när man utvecklar sin design. Det är också med den bakgrunden vi jobbar med CRISP här på Design Academy Eindhoven.

YTTERLIGARE BROBYGGEN

Bas Raijmakers påpekar att det självklart funnits pionjärer i Nederländerna både inom näringsliv och designvärld som också insett vilken viktig roll designtänkande kan ha men att de flesta trots allt vet för lite – fast det vill veta mer.

På sikt kommer CRISP förhoppningsvis att ändra på den saken. Det handlar både om att intressera designer för mer djupgående forskning och om att få de kreativa näringarna mottagliga för input från forskningsidan. Återigen ett brobygge. Med målsättningen att förändra samhället från grunden.

Initialt var två departement (ekonomiska affärer- och utbildningsdepartementen) engagerade i CRISP. Pengar utlovades och de fyra tidigare nämnda designskolorna fick i uppdrag att skissa på ett nationellt forskningsprogram. ”Här är de ekonomiska ramarna. Ta fram ett förslag!” hette det helt utan andra egentliga krav.

DAE, Design Academy Eindhoven

DAE startade 1947. Femtio år senare flyttade skolan in i Philips första belysningsfabrik, som då stod tom. Byggnaden De Witte Dame är belägen centralt i Eindhoven. Där upptas nu ca 10 000 kvadratmeter av undervisningslokaler och verkstäder. Skolan har blivit kallad ”den bästa designskolan i världen”.

Ryktet förstärktes under Li Edelkoorts tio år som rektor (1999–2009). De flesta av Nederländernas internationellt kända designer har examen från DAE. Många av dem återkommer regelbundet som lärare på skolans masterprogram. Det välkända designkollektivt Droog Design har också sina rötter i DAE och en av landets mest omtalade designpedagoger tillika industridesigner och smyckeskonstnär Gijs Bakker hade huvudansvaret för masterprogrammet ända fram till i somras då han pensionerades.



© DESIGN ACADEMY EINDHOVEN (FEMKE REIJERMAN)

DAE har omkring 700 elever, drygt 600 på de fyraåriga kandidatkurserna, knappt 100 på det tvååriga masterprogrammen.

På skolan talar man gärna om ett typiskt DAE-dna. Detta dna gör skolan till en "konceptuell, autentisk, kreativ, flexibel, fri, passionerad och nyfiken" institution. Enligt egen utsago är designer som utexamineras från DAE "särskilt begåvade konceptualister. Var de än hamnar, vad de än gör, är deras främsta vapen det konceptuella tänkandet. Det ger dem möjlighet att ställa kritiska frågor om befintliga saker, införa nya metoder och att designa utifrån ett fågelperspektiv. Både när det gäller design och forskning vet de vad de vill och vad de kan göra. De känner sina styrkor och sin kompetens samt dess begränsningar. Autonomi och originalitet är deras varumärke".

De olika kursernas beteckningar avslöjar skolans humanistiska, psykologiska och även sociala inriktning.

Kandidatkursen är indelad i avdelningar som *Man and communication*, *Man and identity*, *Man and public space*, *Man and well being* med flera medan masterprogrammet har tre olika inriktningar: *Information Design*, *Social Design* och *Contextual Design*.

Trots att skolan under hela sin historia haft en hög teoretisk svansföring har den inte samma akademiska status som landets övriga industridesign-utbildningar, det vill säga de som finns på Eindhoven University, Delft University och University of Twente i Enschede. Detta har speciella inhemska utbildningspolitiska förklaringar.

Bas Raijmakers, designforskare på DAE, menar att det nu är dags att hinna ifatt resten av världen. Att till exempel vara involverat i designforskning på akademisk nivå, vilket CRISP-programmet innebär, är något som passar DAE:s status. Ett nästa steg skulle kunna vara att inrätta en forskarutbildning.

– Mitt arbete här på skolan är ett

steg mot det målet. Men det är fortfarande en lång väg kvar. För första gången utförs akademisk forskning här med ett helt team och i samarbete med många andra utanför skolan. Vi är i färd med att också profilera skolan som kunskapsinstitution. CRISP är bara början, förklarar han.

Men CRISP-pengarna tar slut i april 2014. Och sen?

– Som alla akademiska forskargrupper söker vi hela tiden framtida finansieringsmöjligheter. Även av den anledningen är samarbetet mellan akademiska institutioner, näringsliv och statliga organisationer viktigt. Om vi visar att designforskning kan leda till kunskap som är värdefull både i och utanför den akademiska världen kommer andra organisationer definitivt vara villiga att satsa pengar i framtiden, sammanfattar Raijmakers.

DAE:s verkstäder och allmänna utrymmen ligger i en före detta Philips-fabrik i Eindhoven.



© DESIGN ACADEMY EINDHOVEN (FEMKE REIJERMAN)

DAE på Dutch Design Week

Varje år under en vecka i oktober firas Dutch Design Week i Eindhoven. Då öppnar också DAE sin årliga elevutställning med alla nytexaminerade elevers slutprojekt. I år bestod den av 137 projekt. Här två exempel, olika i metodik och utförande men med mycket gemensamt. Bland annat de tydliga sociala ambitionerna.

Novel Hospital Toys

Hikaru Imamura

Bachelor Man and Activity
(Cum Laude)

Hikaru Imamuras "Novel Hospital Toys", är ett sympatiskt försök att underlätta situationen för barn som av en eller annan anledning hamnar på sjukhus. Hon har talat med läkare och föräldrar,



FOTO: HIKARU IMAMURA

hon har tittat när barn behandlats på sjukhus och bland annat gjort studier på Astrid Lindgrens barnsjukhus i Stockholm.

Ofta använder barn spel för glömma sin rädsla. Hikaru Imamura menar att också små barn kan förberedas på ett bra sätt om de i förväg lär känna lite av

vad som väntar dem under sjukhusbesöket. Leksaksserien består av olika diagnostiska apparater, CT-scanner, ultraljud, EKG-mätare och så vidare i trä. Vid sidan av föremålen har Hikaru Imamura också tagit fram en bilderbok för barn i åldern tre–sex år. www.hikaruimamura.com

Micro Utopias

Daniela Dossi

Master Social Design (Cum Laude)

Connecting and Co-Creating Unexpected Services Today är ett begrepp på många platser runt om i Europa, menar Daniela Dossi. Det innebär en vilja att delta, att förändra sin situation med kollektiva medel. Företeelsen har aldrig varit mer aktuell, menar hon. Och pekar på en rad exempel där människor, föreningar, företag och lokala myndigheter, som alla känner behov av att förändra en otillfredsställande situation, tagit egna initiativ.

Hur kan designer använda sina kunskaper och sätt att tänka för att hjälpa till i en sådan process? För att ge verktyg åt människor så att de lättare kan skapa sociala innovationer på gräsrotsnivå? I projektet Micro Utopias



har Daniela Dossi bland annat undersökt livet bland invånarna i två olika bostadskvarter, Rotsoord och Hoograven, i den holländska staden Utrecht. Därefter har hon tagit fram en plattform, som knyter ihop olika människors behov med samtliga resurser som finns till-

gängliga i vissa givna sammanhang så att man ska kunna samarbeta om olika tjänster. Målsättningen är att få människor att känna sig delaktiga och att stimulera en kollektiv kamp mot olika typer av missnöje i vardagen. www.danieladossi.com

Enligt Bas Raijmakers startade projektet på typiskt holländskt sätt – med omfattande och yviga diskussioner.

TUFFA FÖRBEREDELSE

Processen tog två år, själv kom Bas Raijmakers med i förarbetena efter ett halvår. Att tiden blev så pass lång berodde på att "alla" skulle involveras. De kreativa näringarna i Holland omfattar, som i andra länder, många och ofta mycket små aktörer som inte representeras av en enda organisation. Myndigheterna fick ganska snart klart för sig att det inte gick att göra på exakt samma sätt med den kreativa

sektorn som i tidigare satsningar där den tyngre basindustrin varit "måltavlan". I själva verket var förberedelse-åren ganska tuffa för det var viktigt att få med så många som möjligt på tåget, berättar Bas Raijmakers.

– Som så ofta handlade det om att hitta rätt kontakter. Nyfikna personer i företagen som gärna vill samarbeta. Dem var det inte svårt att övertyga om att designforskning kan skapa bra verktyg för en framtida utveckling. Att kunna föra ihop alla sorters människor och få dem att kommunicera ökar forskarens egen trovärdighet. Man måste samarbeta på alla nivåer.

– Samtliga sextio samarbetsparter som vi fick med i CRISP är öppna för förändringar och inte är rädda för att ifrågasätta sig själva och sin egen verksamhet. Detta är förstås särskilt viktigt när det gäller serviceföretag. De måste ha en mer empatisk inställning till människor som ska använda deras tjänster. Men min erfarenhet är att företag inom den tjänstesektorn ofta är både intresserade och lyhörda. Det gäller inte bara beställare och beslutsfattare utan också de som ska ta fram den servicen, det vill säga designers och konstruktörer. Bland de sextio finns för övrigt också en rad offentliga instanser,

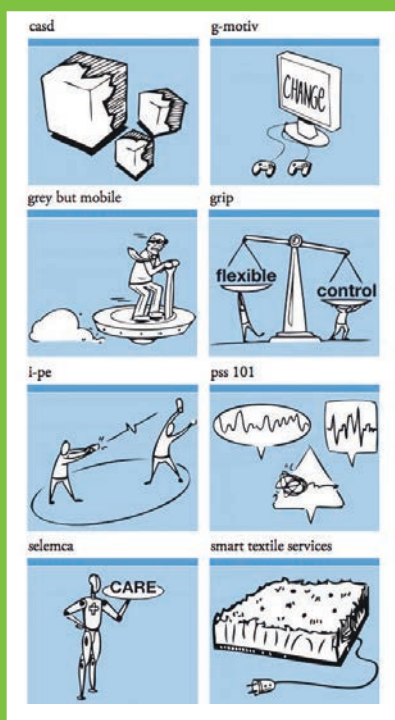
CRISP

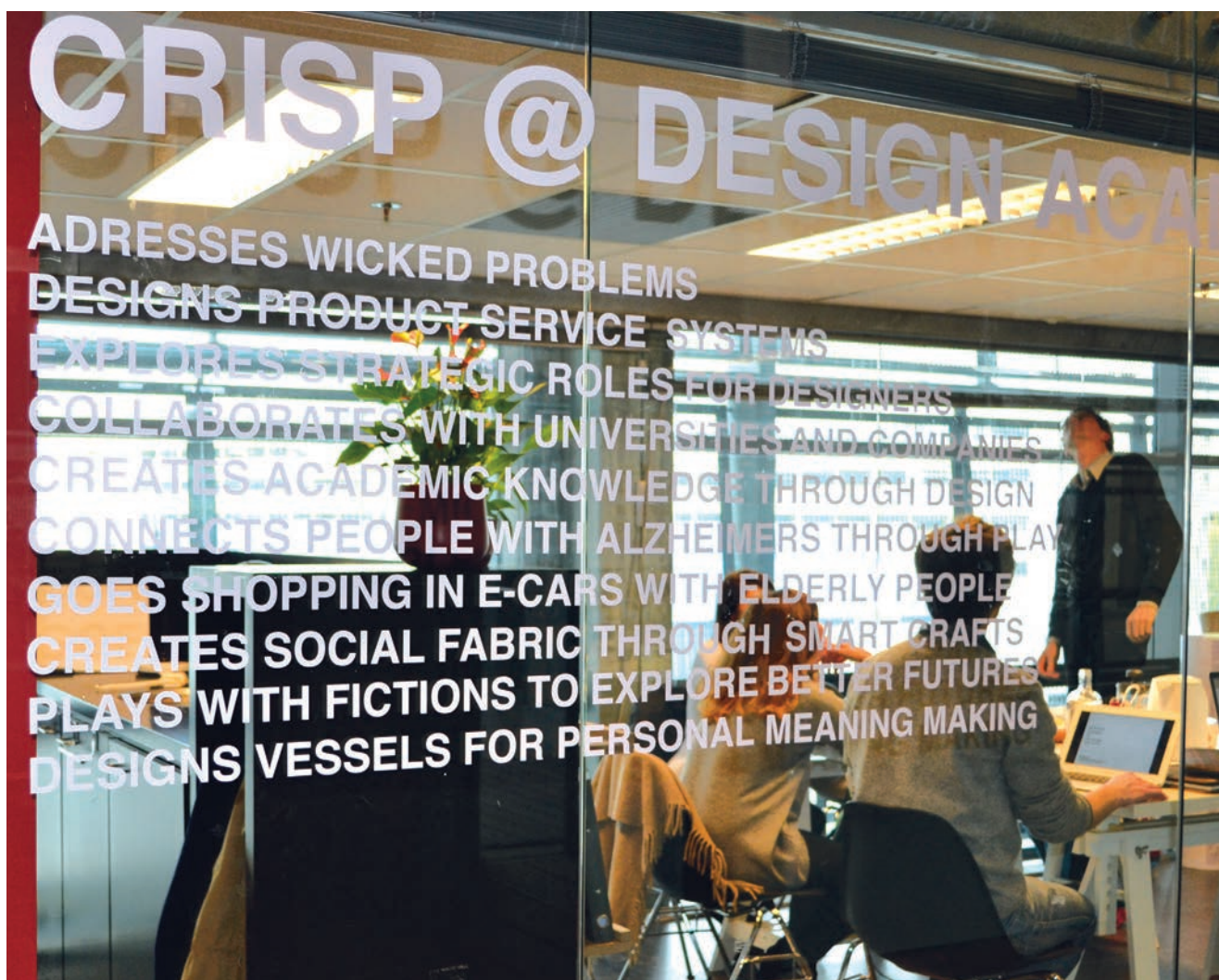
11 miljoner Euro satsar holländska staten på CRISP, Creative Industry Scientific Programme, som pågår mellan april 2011 och april 2015. Det är den största satsningen på designforskning som gjorts i landet.

Enligt statuten ska CRISP "utveckla en infrastruktur för en typ av kunskap som ska befästa den nederländska designsektorns ledande ställning och stimulera fortsatt tillväxt av den kreativa industrin". Det handlar om att "ta fram ny kunskap samt de nödvändiga verktyg och metoder som krävs för att formge komplexa kombinationer av intelligenta produkter och service av hög kvalitet". CRISP-forskningen drivs av Design Academy Eindhoven (DAE) tillsammans med de tre industridesignavdelningarna på Nederländernas tekniska universitet (Eindhoven University, Delft University och University of Twente) med stöd av sextio externa samarbetsparter som på olika sätt är involverade i ett eller flera fyraåriga delprojekt. Bland dessa sextio finns representanter från alla tänkbara organisationer, privata företag och offentliga institutioner, serviceföretag med mera. Universiteten koordinerar projekten som avrapporteras två gånger om året på så kallade Design Reviews.

Huvudrubriken för hela satsningen är *Product Service Systems*. Vidare är CRISP indelat i åtta olika huvudprojekt: CASD (*Competitive Advantage through Strategic Design*), G-MOTIV (*Designing Motivation: Changing Human Behaviour Using Game-Elements*), Grey But Mobile (*Enhanced Care Service through Improved Mobility for Elderly People*), Grip (*Flexibility versus Control in the Design of Product Service Systems*), i-PE (*Intelligent Play Environments to Stimulate Social and Physical Activities*), PSS 101 (*Conceptualizing Product Service Networks: Making the Design Network Function Better*), SELEMCA (*Services of Electro-mechanical Care Agencies*) samt Smart Textile Services (*Designing and Selling Smart Textile Product Service Systems*).

Läs mer om och följ verksamheten på: www.crispplatform.nl





Forskarteamet på DAE har ett centralt beläget kontor vid entrén på tredje våningen i en glaskub med full insyn. En fingervisning om att designforskning inte bör ske avskilt från annan verksamhet. Några av CRISP-programmets arbetsuppgifter pryder en av väggarna – så att alla vet vad forskarna sysslar med.

typ vårdorganisationer, kommunalkontor, bibliotek och färdtjänstbolag.

PRODUCT SERVICE SYSTEMS

När CRISP till sist kom igång fick det en slags huvuddevis: ”CRISP fokuserar på design av *Product Service Systems*” heter det i presentationerna. Vidare att dess två huvudteman är *care* och *productivity*. Vad *care* står för är inte svårt att begripa medan *productivity* ska tolkas i en vidare mening; det handlar

om sättet på vilket människor arbetar och producerar, det vill säga också arbetsförhållanden och arbetsvillkor. Vidare är CRISP indelat i åtta olika huvudprojekt. Under ledning av forskare på de olika designskolorna driver vart och ett av dessa huvudprojekt ett stort antal delprojekt tillsammans med en eller flera samarbetspartner. Design Academy Eindhoven härbärgerar fler stycken (se rutan på sid 12).

En viktig del i CRISP är de så

kallade Design Reviews varje halvår. Då träffas representanter för de olika projekten och delprojekten och avrapporterar för varandra. Man delar med sig av resultat och diskuterar olika problemställningar. Det hela sker i seminarieform under en dag. Inom organisationen finns också ett antal råd (boards) där representanter från regeringen, politiska organisationer, universitet och de kreativa näringarna sitter.



FOTO: LOTTA JONSSON

Bas Raijmakers, längst t h, tillsammans med några av sina research associates. Här diskuteras forskningsarbetet och det görs regelbundet dragningar av hur arbetet framskrider. Just den här dagen förbereds nästa Design Review där bland annat CRISP:s forskare, samarbetspartner och offentliga finansierare ska träffas.

– De tittar till exempel på den vetenskapliga relevansen och bedömer resultatets vikt. Det blir lite som en preview – allt detta för att styra upp projekten och se till att saker och ting verkligen blir gjorda. CRISP fick fyra år på sig vilket till en del handlar om att det innefattar en rad doktorandprojekt, 20–25 forskare kommer att doktorera inom området designforskning under CRISP-perioden, enligt Bas Raijmakers.

FORSKNINGEN SÖKER SIG FRAM

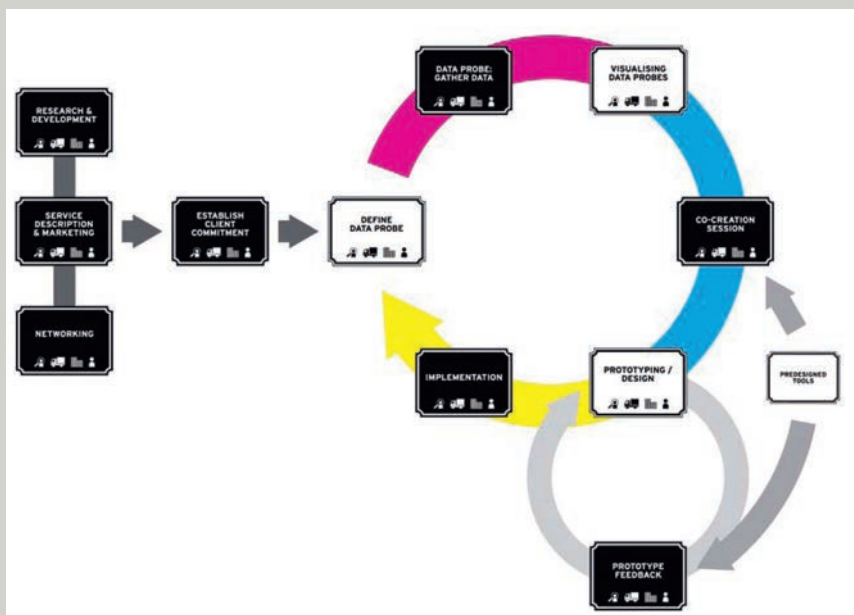
Vid Design Reviews-tillfällena presenteras inte bara projektresultaten rakt av utan man försöker titta på dem ur olika perspektiv.

I april 2012 var alla koncentrerade på den akademiska nivån, nu senast i oktober skulle det handla mer om hur de kreativa näringarna såg på saken. Det gäller att få en prismatisk bild av varje liten del. Projekten kan ändra inriktning efter en Design Review. Och

det är viktigt att det går att göra så. All forskning handlar ju om att söka sig fram. Om allt går enligt den ursprungliga planeringen och skeendet vore förutbestämt eller förutsägbart skulle det heller inte kunna kallas forskning eller innovation, menar Bas Raijmakers.

– För att komplicera det hela ännu mer finns det olika roller för forskarna inom de olika projekten. Dels har vi forskarstudenterna som driver sina doktorandstudier inom CRISP. Men vi

Tre av CRISP-projekten på Design Academy Eindhoven



Grafisk beskrivning av GRIP-modellen där forskningsarbetet avancerar framåt i loop-formade rörelser. Färgerna betecknar de olika stegen i processen. Magenta: Analysstadium, inramning, definition. Cyan: Forskningsstadium (sondering). Gul: Designsupport, prototypstadium.

Smart Textile Services (STS)
 Projektet Smart Textile Services (STS) handlar om att konstruera och forma smarta textilier som en del i ett "produkt/service-system". Smarta textilier är en kombination av mjuka material och högteknologi. Textilerna interagerar med den som bär dem nära kroppen och kan med hjälp av sensorer och ställdon samla in data och i nästa steg påverka användarnas beteende. Detta öppnar upp för en mängd möjliga tillämpningar inom vårdområdet och kan ge behövande nya möjligheter att leva ett bättre liv. Målet är att hitta olika användningsområden där befintliga medicinska kunskaper kan kombineras med varierande typer av textila tekniker (både industriellt och hantverksmässigt). Därefter handlar det om att hjälpa till att generera nya insikter om metoder och verktyg för att både producera och tillhandahålla tjänster där de smarta produkterna ingår.

I forskningsarbetet på DAE, som leds av *Michelle Baggerman*, är flera intressent- och användargrupper involverade. De deltar aktivt för att ta fram inspirerande testbäddar där nya smarta textila produkter och tjänster spelar huvudrollen.

Förhoppningen är att resultaten från alla de olika studierna som ingår i



GRIP

Övergripande för GRIP-projektet är att undersöka hur balansen mellan flexibilitet och kontroll bör se ut, när det gäller olika typer av service- och samhällstjänster.

En av de delar som drivs av DAE handlar om stress. Bland annat har DAE:s *Mike Thompson* tillsammans med forskare från TU Eindhoven och Philips Design studerat hur sjukvårdspersonal påverkas, både av de egna arbetsvillkoren och av den stress som omhändertagna personer ger uttryck för. Samarbetspartnern GGZE (mentalhälsövården i kommunen), psykologer, företagshälsövård och ambulansförare har deltagit i forskningen. Tillsammans med service-designer har man bland annat jobbat med olika typer av rollspel för att undersöka nya system bestående av både produkter och tjänster.



CRISP:s Smart Textile Services-projekt ska få en strategisk betydelse för den holländska såväl som den övriga europeiska textilindustrin så att den kan upprätthålla sin konkurrenskraft internationellt.



Grey But Mobile

Under Design Week Eindhoven i slutet av oktober presenterade DAE det konkreta förslaget Aevus, ett test inom CRISP-projektet Grey but Mobile. Det handlar om att förbättra äldre människors möjligheter att röra sig i samhället, hjälpa upp livskvaliteten genom att göra dem mer oberoende. Samt förstås också att öka värdeeffektiviteten rent ekonomiskt.

Aevus är helt enkelt en ny typ av taxi för äldre. Fyra elbilar hjälpte pensionärer runt i centrum av staden under två dagar. Taxichaufförerna agerade på ett helt annat sätt än brukligt. De assisterade in i bilen och ut till dörren hemmavid, bar matkassar och skulle vara öppna för konversationer utan tidspress. Det gällde att återupprätta normala mänskliga interaktioner som gått förlorade i ett samhälle, där tid är pengar också inom socialtjänsten. Forskarna, med *Maartje van Gestel* i spetsen, ville pröva om denna modell med "en hjälpande hand" betydde något positivt för *alla* inblandade.

har också postdok- och lektortjänster. Min lärartjänst till exempel, fortsätter han.

RESEARCH ASSOCIATES

På Design Academy Eindhoven träffar jag fem av sex så kallade *research associates*. De har samlats i CRISP-kontoret, en liten fristående helt transparent glasbox, placerad mitt i skolans öppna entréhall. En *research associate* är oftast någon som har studerat på skolan tidigare, är intresserad av forskning och som eventuellt tänker doktorera senare. Kanske har han eller hon hittat ett område som de vill fördjupa sig i men inte haft möjlighet att gör det på akademisk nivå.

– Vi har inrättat ett-åriga halvtidstjänster för dessa *research associates*. Så får de en chans att omsätta intresset i något som kanske blir lönsamt för både dem själva och för samhället på sikt. De bestämmer själva vilka områden de vill forska inom bara det rymms inom något av projektens ramverk.

HOLLÄNSK MENTALITET?

Intresset för korsbefruktning är stort bland elever och lärare på Design Academy Eindhoven. Där finns och har alltid funnits många och viktiga kontakter med andra discipliner och kulturer. Det ligger liksom i luften att design alltid har med mjuka värden och humaniora att göra till exempel. Också inom CRISP är ett gränsöverskridande förhållningssätt otroligt viktigt och fullkomligt självklart. Kanske ligger det i den holländska mentaliteten?

– Både och, tror Bas Raijmakers. Det holländska samhället byggdes upp kring två principer för flera århundraden sedan. Den ena är en mycket praktisk sida som har med det geografiska läget, med havet, att göra. Vi måste helt enkelt samarbeta för att överleva. Hela landskapet är organise-

rat efter denna praktiska princip. Rent socialt har den inneburit att alla får ha sitt (egna skolor, egen kyrka, egen språkundervisning och så vidare) utan att egentligen behöva anpassa sig till någon övergripande norm. Först under de senaste årtiondena har detta börjat försvinna.

– Den andra principen handlar om handel och företagsamhet. Om någon på 1600-talet ville ge ut en bok i Frankrike men riskerade straff för dess olämpliga innehåll var det inga problem att ge ut den här – så länge den gick att sälja. Om du kombinerar dessa två principer har du Nederländerna i ett nötskal: praktisk och öppen för andra kulturer och idéer med fokus på handel och företagande.

Bas Raijmakers säger att det är möjligt att fortfarande se denna attityd återspeglas inom designområdet. Det finns en stor öppenhet för nya idéer och metoder. Det går att fokusera både på kulturella och ekonomiska frågor samtidigt utan alltför stora friktioner. Det är därför CRISP-programmet handlar om att tilldela designer en mer strategisk roll i samhällsbygget framöver. Stora utmaningar som en åldrande befolkning och utarmning av naturresurser kräver ett radikalt nytänkande och det kan designer bidra med.

– Det är också därför den designforskning CRISP koncentrerar sig på är Product Service Systems och inte bara på produkter. Vi måste tänka brett och holistiskt i dag eftersom så mycket är länkat till vartannat. Alla är vi beroende av varandra.

Lotta Jonson

Teori i praktiken och det nödvändiga brobyggandet

Fler och fler designforskare disputerar, den samlade kunskapen växer. Men hur och till vem sprids deras forskningsresultat? Ansvaret för att teori och praktik möts är delat; forskarsamhället måste göra forskningen begriplig och näringslivet lyssna. Fler forum för naturliga möten behövs, liksom en ökad kunskap om vad design är i grunden.

Det har sagts att varje enskilt ord är en miniteori och därför ett redskap för en praktik – ett handlingsmönster. Praktiken fungerar kort sagt inte utan teori.

Därför är designforskningen så viktig eftersom den lägger grunden till en kontinuerlig utveckling av helheten, bestående av teoretisk kunskapsbas och nödvändiga praktiker. Ett kunskapspridande som bidrar till större intresse och förståelse för design, liksom till en upp- och utbyggnad av området, liksom dess status.

HUR SPRIDS RESULTATEN?

Man kan även tala om teori och praktik som lärosäten och bransch, näringsliv. I takt med att landets disputerade designdoktorer blir allt fler väcks frågan om hur deras resultat sprids. Hur och till vem. Hur teoretiker och praktiker, akademiker och kommersiellt verksamma, möts och om de förstår varandra. I nuläget sipprar teoribildningen så sakteliga ut genom akademins väggar, då den skapar lärdomslager i den teoretiska grunden som formar lärare och forskare inom designområdet.

En som funderar bland annat över detta är *Bo Westerlund*, professor i industridesign på Konstfack ”med en

huvudsaklig uppgift att utveckla, leda och genomföra utbildning, forskning och konstnärligt utvecklingsarbete av hög kvalitet”. Han är också en av fyra ansvariga för forskningsinitiering vid skolan och hans specifika ansvarsområde kallas ”Designdriven och gestaltande kunskapsproduktion”. 2009 disputerade han vid KTH med avhandlingen *Design Space Exploration, co-operative creation of proposals for desired interactions with future artefacts*, så den första frågan är naturlig – vem har hans forskningsresultat kommit till gagn och hur?

– För det första ligger detta mitt arbete till grund för i stort sett all min undervisning. För det andra är det grunden för en nuvarande doktorands arbete, *Fredrik Sandberg* vid Linnéuniversitetet vars forskningsämne handlar om kooperativ tjänstedesign. Jag och Fredrik, tillsammans med tjänstedesignföretaget Transformator, har nyligen sökt pengar för ett samarbete där teori och praktik verkligen får chansen att mötas. Vi hoppas få vara observerande deltagare i några av deras uppdrag och ska till exempel uppmärksamma hur de använder begrepp, teorier och metoder. Därefter begrundar och diskuterar vi tillsammans allt från

oreflekterade inkonsekvenser till vad som kan förbättras. Efter det resonerar jag och Fredrik om hur teorierna fungerar i praktiken och föreslår justering av arbetssätt, berättar Bo Westerlund och menar att denna nära växelverkan skulle vara mycket värdefull för båda fälten och hoppas forskningsfinansieraren också förstår detta.

FLER BROAR ÖNSKVÄRDA

Antalet disputerade designdoktorer växer i snabb takt. Med ett grundligt kunnande om designmässiga ansatser och arbetssätt stannar somliga kvar inom akademien medan andra tar plats i näringslivet. Oavsett var de hamnar fortsätter de sprida nya sätt att tänka och resonera kring design. Lika viktigt är det att artikulera vad designforskning är – att förstå design som metod och att se design som ett sätt att skapa kunskap.

I takt med att kunskapsproduktionen ökar vore det önskvärt med fler broar, både tvärdisciplinära mellan olika forskningsämnen och sådana mellan akademi och praktik. Idag är det dock fortfarande mest upp till den nydisputerade att se till att avhandlingens innehåll sprids.

Men visst åligger det även bransch

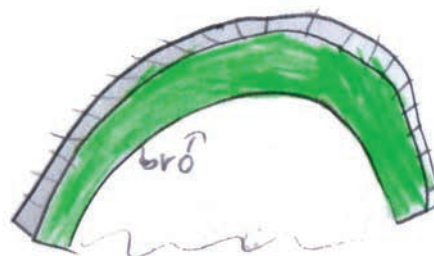


Illustration: Olle Wägström

och övrigt näringsliv att intressera sig, söka och vilja ta emot den här informationen. Vilja lyssna, helt enkelt. Enligt Bo Westerlund är det idag de unga tjänstedesignföretagen som är hungrigast när det gäller att ta del av ny, utvecklande kunskap. De om några har insett att design är ett viktigt redskap för förändring i strävan mot ett mer hållbart samhälle. Men intresset ökar även i delar av de mer ”traditionella” branscherna och det finns exempel på att designforskningen haft en direkt nytta för deras utveckling.

– Naturligtvis har den haft det, berättar *Kristofer Hansén*, designchef på Scania, och ger ett konkret exempel på hur en djupgående studie av hur folk sitter när de kör ledde till konkreta designåtgärder.

– Vi kan kalla den tvärvetenskaplig eftersom design, teknik och ergonomi möttes. Designforskning som är relaterad till ergonomi har traditionellt varit mer utbredd på Scania men i takt med att området breddas och trovärdigheten ökar ser vi att designforskning höjer värdet även inom andra områden vilket gagnar oss och vårt område – arbetsfordon, fortsätter Hansén som dock är kritisk till att forskningen ofta är otillgänglig.

– Den kommer nästan ingen utanför den lilla kretsen till godo och måste marknadsföras bättre. Visst kan vi på Scania bli mer aktiva och söka information och det bästa vore en ömsesidig utväxling. Dessutom vore en populärvetenskaplig kortversion verkligen bra, idag finns en enorm mängd doktorsavhandlingar som ingen läser eftersom materialet är så omfattande, språket ogenomträngligt och det är svårt att hitta tid, avslutar han.

SVÅRA DEFINITIONER

Ett betydligt mindre företag än Scania är Fov Fabrics i Borås. De utvecklar

teknisk textil i polyamid, nylon, polyester och *Fredrik Johansson*, chef för affärsutveckling, ser designforskningen som ett viktigt område att närma sig.

– Vi deltar i en rad olika forskningsprojekt, dessvärre hemliga, där delar är att betrakta som designforskning när det till exempel gäller material- och funktionsutveckling. Dessutom är vi med i Mistra-projektet Future Fashion som har kopplingar både till material- och modeindustrin. Personligen tycker jag att definitionerna är svåra, vad är egentligen ren designforskning? För att utveckla vår egen forskning skulle jag dels vilja uppvakta skolorna och trigga deras intresse genom att berätta om de utmaningar vi står inför. Dels vill jag bli uppvakad av dem med orden ”hej, nu håller vi på med det här, vill ni vara med?”. Då är jag säker på att många fruktbara resultat skulle uppstå, avslutar Fredrik Johansson på Fov Fabrics.

LJUDIT-PROJEKTET

Ett synnerligen fruktbart resultat kan *Anna Sirkka* på Interactive Institute i Piteå berätta om. Genom strukturfondsprojektet LJUDIT kom hon och hennes kollegor i kontakt med pappersbruket Smurfit Kappa i samma stad. Där hade man länge haft problem med hanteringen av diverse larm i kontrollrummet, något som kunde leda till en rad oönskade konsekvenser.

– Ibland kunde ett arbetslag till och med missa ett larm eftersom tidigare lag sänkt volymen för att slippa ljudet. Vår uppgift var bland annat att ta fram nya typer av ljud som både informerar om och vägleder till larmande driftavsnitt. Ljud som också förmedlade larmets prioritetsnivå och accepterades, kanske rent av gillades av operatörerna, säger hon och menar att resultatet fått ett mycket positivt mottagande.

– Vi på Interactive Institute arbetar

gärna med tillämpad forskning nära användarna. I projektet LJUDIT vill vi undersöka hur ljud kan användas på nya sätt och inom områden där det traditionellt inte används. Det koncept som vi tagit fram på Smurfit Kappa skulle även kunna tillämpas inom andra områden som till exempel sjukvård. I dagsläget arbetar vi med att sammanställa resultaten av vårt arbete och ambitionen är att sprida vår nyvunna kunskap via ett flertal publikationer.

ETT SVÅRTYTT PREFIX

För att återknyta till den av Fredrik Johansson på Fov Fabrics tidigare fråga – vad är egentligen designforskning? Och kanske till att börja med – vad är design? En före detta student vid högskolan i Skövde, designingenjören *Karin Holmquist*, arbetar idag på Autoliv som är ledande inom bilsäkerhetslösningar. Där har hon titeln projektingenjör och hon vittnar om hur problematisk hennes designkompetens ter sig.

– Framför allt äldre chefer kan ha svårt att förstå vad design kan tillföra och hur väsentligt designmetodiken skiljer sig i sin mer kreativa problemlösningsform än traditionella tillvägagångssätt. Därför utnyttjas inte vår kompetens maximalt och det vill jag förändra, menar Karin Holmquist som kom in på Autoliv tack vare sitt exjobb och trots företagets initiala osäkerhet kring vad en designingenjör skulle kunna bidra med.

– På skolorna tar man så lätt prefixet design och skapar många bra nya utbildningar men glömmar bort att berätta för omvärlden om vad de faktiskt går ut på. Detta resulterar i att alla dessa nya utbildningar och titlar skapar osäkerhet hos företagen kring de nya studenternas verkliga förmåga och färdigheter då de inte hänger med

i alla svängar som sker inom den akademiska världen. Detta i sin tur leder sedan till att de färdiga studenterna har svårt att hitta sin plats ute i arbetslivet, fortsätter hon och tillägger att hon under studietiden tog kontakt med några tidigare examinerade, så kallade alumni, som till och med de ofta hade svårt att definiera sin yrkesidentitet efter designingenjörsutbildningen.

– Att veta vad man kan söka för jobb blir en stor utmaning för många

designstudenter när ingen är riktigt säker på vad du egentligen är.

Karin Holmquist är dock hoppfull inför framtiden tack vare att Autoliv har ett företagsklimat ”som är på alerten och öppen för det nya”.

Hennes förslag för att ytterligare skapa förståelse för designstudenters unika kompetens är att bjuda in designforskarstudenter som både berättar om sin verksamhet och kan forska i hur man på företaget idag

använder sig av designmetodik och om vissa metoder kan anpassas till att passa verksamheten ännu bättre. Kort sagt ytterligare ett sätt att bygga broar mellan praktik och teori.

Susanne Helgeson

FLEXIT

Knappt 20 procent av de knappt 400 miljoner SEK som Riksbankens Jubileumsfond (RJ) fördelar till forskning riktas till vissa behövande forskningsområden eller strukturproblem. Glappet mellan forskning och näringsliv är ett sådant. 2008 drog RJ igång pilotprojektet Flexit.

Huvuduppgiften för Flexit är att bygga broar mellan humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning och näringslivet. Det handlar om att stimulera kontakter så att fler organisationer utanför universitetsvärlden kan dra nytta av kompetensen hos disputerade humanister och samhällsvetare. Och vice versa.

Rent konkret betyder det att Flexit finansierar treåriga postdokprojekt där disputerade forskare får arbeta in-house på ett företag. 75 procent av lönen betalas av RJ, 25 procent av företaget. Under de första fyra åren har tio forskare och tio företag fått pengar, av dessa har tre (en psykolog, en socialantropolog och en specialist på datateknik/interaktion) börjat arbeta på tre designföretag för att forska vidare inom designområdet.

Forskarna rekryteras genom en sakkunnigprocess. Därefter får företagen intervjua minst tre personer och ranka dem innan valet av den lämpligaste personen sker. All den forskning som sker på respektive företag ska kunna publiceras; det ingår i förutsättningarna.

Flexit är tidsbegränsat och ska utvärderas när de första forskningsprojekten avslutats 2013 men även nästa år kommer utlysning att ske.

– Jag har lärt mig massor här. Och jag tror att de designer jag jobbar med har fått nya perspektiv kring hur de kan få nytta av en forskare i sin verksamhet. Numera kan vi diskutera våra olika tillvägagångssätt och se hur våra

olika kompetenser möts på ett fruktbart sätt. För mig finns numera en helt annan förståelse för hur servicedesign kan gå till rent praktiskt utanför forskningen, säger Sara Ljungblad, fil dr Människa Maskin Interaktion, som fram till 2014 finns på Lots Design i Göteborg.

Läs mer på www.rj.se. Intresserade designforskare eller designföretag kan vända sig till maria.wikse@rj.se för mer information.



Sara Ljungblad på Lots Design i Göteborg.

Splittrad bild utomlands av svensk designforskning

Hår långt har vi nått i Sverige? Har svensk designforskning något att komma med på den internationella arenan? Finns det någon specialitet som utmärkt sig? Skulle anslagen kunna användas på ett bättre sätt för att stärka designforskningen? Design Research Journal lät frågorna gå till fem personer som vet hur det står till inom sina olika kompetensområden. Sammantaget ger svaren en ganska splittrad bild av läget.



inom ett visst forskningsområde kan mycket väl vara fullständigt okänt inom ett annat.

Inom vilka områden ser du att svensk designforskning är starkast i en internationell kontext?

– Sett över tid är vi nog mest kända för forskning relaterad till bruk och brukare, speciellt frågor kring användbarhet och delaktighet i designprocessen. På senare tid har den mer experimenterande, kritiska och konstnärligt orienterade designforskningen blivit allt starkare, samtidigt som vi gör bra ifrån oss inom teknikrelaterade områden som interaktionsdesign.

Tror du att en gemensam vision för designområdet i Sverige skulle kunna utveckla forskningen? Hur i så fall?

– En vision för hur designforskningen kan växa som eget område vore klart önskvärd eftersom forskningssatsningar på design ofta görs i sammanhang där det egentliga syftet är att skapa ett värde för något annat område. Design blir då ett av flera verktyg man använder för att till exempel skapa innovationer. Inget fel i detta, men det finns samtidigt ett stort behov av forsk-

ning som driver design som område framåt. En forskning som tar sig an frågeställningar och också de risker en ofta pressad professionell praktik inte kan härbärgera.

Kan existerande resurser och innovationssatsningar användas smartare? I så fall hur; någon eller några idéer?

– Design, med avseende på såväl process som profession, är synnerligen lämpat för att nå snabba resultat. Men om man ser till det vi idag inte vet om design, och vad vi kanske måste lära oss mer om inför framtiden, så finns det frågor som inte kommer till ytan i höghastighetsarbete. Frågor som kommer fram först i ett mer långsiktigt och dessvärre ofta också långsamt utvecklingsarbete. Ett exempel skulle kanske kunna vara vad frågan om hållbar utveckling egentligen betyder för förhållandet mellan design och konsumtion. Så när det gäller nya idéer och innovation på lång sikt så tror jag, något paradoxalt, att vi måste börja fundera på hur vi bättre kommer åt de mest konservativa delarna av designpraktiken som bara förändras mycket långsamt över tid.

Johan Redström

Forskningsansvarig, professor vid Designhögskolan, Umeå universitet

Vilken position har svensk designforskning i ett internationellt perspektiv?

– Man får nog säga att vi ligger relativt bra till, speciellt inom vissa områden där vi varit tidigt ute och där vi varit verksamma under en längre tid. Samtidigt måste man säga att den internationella designforskningen är långt ifrån samlad, så något som är framstående



Anna Persson
 Designer, adjunkt
 i industridesign,
 Lunds universitet

Vilken position har svensk designforskning i ett internationellt perspektiv?

– Har den någon?

Inom vilka områden ser du att svensk designforskning är starkast i en internationell kontext?

– Potential – om man utgår från att ledande forskning börjar med bra grundutbildning kan jag på sikt föreställa mig en spännande framtid för designforskningssverige. För en minimal nation, har svensk design ett anmärkningsvärt högt anseende internationellt sett.

Tror du att en gemensam vision för designområdet i Sverige skulle kunna utveckla forskningen? Hur i så fall?

– Nej, däremot tror jag på en gemensam satsning på forskning överlag. Att satsa på framtiden, öka frihetsgraderna/skaparrymden och styra bort från överhängande kvartalsrapportstendenser. För designforskningsområdet i sig bör prioritet ett vara att säkra design-

forskarskolans framtid, som gemensam plattform är den ovärderlig.

Kan existerande resurser och innovationssatsningar användas smartare? I så fall hur; någon eller några idéer?

– Ja. Men det kräver mod, långsiktighet och förtroende på hög nivå – samtliga bristvaror.



Håkan Edeholt
 Professor i industridesign,
 Institutt for Design, Arkitektur-
 og Designhøgskolen, Oslo

Vilken position har svensk designforskning i ett internationellt perspektiv?

– Min erfarenhet är att internationella kollegor egentligen inte ”ser” någon svensk designforskning alls. Istället verkar de antingen se en nordisk designforskning eller de individuella (svenska) forskare som publicerar sig internationellt.

Inom vilka områden ser du att svensk designforskning är starkast i en internationell kontext?

– Norden har nog framförallt skapat

sig en position inom interaktionsdesign och det som utgår från ett ganska renodlat användarfokus. Samtidigt kan man ju fråga sig vilka de är som hitintills lyckats mindre bra. Tyvärr måste jag då erkänna att mitt eget område inom industri- och/eller produktdesign blir en väldigt stark kandidat.

Tror du att en gemensam vision för designområdet i Sverige skulle kunna utveckla forskningen? Hur i så fall?

– Jag tror faktiskt att alla försök med en gemensam vision är mycket av roten till de problem jag tycker mig se idag. Designhögskolan i Umeå är ett gott exempel på en miljö vars undervisning på ett tankeväckande sätt nått mycket större internationell erkänsla än vad dess forskning gjort. Samtidigt ser vi att de som idag framförallt utformar designforskningens innehåll och metoder främst kommer från mer traditionella akademiska miljöer. För mig återspeglar detta olika traditioners olika sätt av att producera ny kunskap och vad i detta som skapar legitimitet inom det vi lite löst kan kalla akademien. Man skulle kunna hävda att en av de saker som designern speciellt tränas i är att utveckla helt nya alternativa (i kontrast till optimerade) lösningar. Tyvärr verkar den etablerade akademien vara väldigt kluven till detta som, i sig, verkar så nyttigt men som samtidigt verkar vara utfört så ”ovetenskapligt”. Den fråga jag tror vi måste ställa oss är vad som riskerar att gå förlorat om designskolorna alltmer utvecklar såväl sin undervisning som forskning med den traditionella akademien som enda förebild. Båda traditionerna har naturligtvis sitt berättigande, men givet dagens obalans tror jag att ett mer individuellt utvecklande av respektive olikheter vore mer konstruktivt än att fortsätta att fokusera på det gemensamma ... om nu inte just detta blev

en del av den gemensamma visionen förstås!

Kan existerande resurser och innovationssatsningar användas smartare? I så fall hur?

– Det intressanta är att ett av de viktigaste karaktärsdragen i innovation just är att göra något nytt och annorlunda. Samtidigt är det designens sätt att fokusera på just detta som verkar försvåra en vetenskaplig legitimitet. Så vad är då smartast för innovation? Och vad är smartast för design? Det beror nog helt på vad vi menar med ”smartare”? Är det den mer kortsiktiga street-smartheten vi söker eller en mer grundläggande smarthet som åtminstone emellanåt lyfter blicken bortom stundens grunder för legitimitet, de senaste applikationerna och dagens användares ultimata tillfredsställelse? För om såväl design som innovation någonsin ska bli mer än ett kommersiellt självändamål behöver vi nog börja diskutera större visioner (i pluralis) än så. Eller som *Russell Ackoff* lär ha sagt: ”...the righter you do the wrong thing, the wronger you become. If you're doing the wrong thing and you make a mistake and correct it you become wronger. So it's better to do the right thing wrong, than the wrong thing right.”



FOTO: BENT SYNNEVÄG

Otto von Busch
Assistant Professor in
Integrated Design, Parsons
The New School for Design och
professor i textil på Konstfack

Vilken position har svensk designforskning i ett internationellt perspektiv?

– Min erfarenhet är att det finns ett stort intresse utomlands, särskilt för vad konstnärliga förhållningssätt kan tillföra forskningsmetoder och forskningsfältet generellt.

Inom vilka områden ser du att svensk designforskning är starkast i en internationell kontext?

– Vi har ju onekligen en stark skola inom interaktionsdesign och dess avknoppningar som fortfarande är mycket dynamisk och spännande. Ibland har vi också ganska högt i tak, drivna doktorander och orädda handledare vilket skapar en experimentell anda.

Tror du att en gemensam vision för designområdet i Sverige skulle kunna utveckla forskningen? Hur i så fall?

– Nej. De flesta av oss är omedvetet präglade av vårt samhälle i de forsk-

ningsfrågor vi ställer och det kan vara vision nog. Men om jag ska föreslå en vision så varför inte teman som ”möjliggörande” eller ”försoning”.

Kan existerande resurser och innovationssatsningar användas smartare? I så fall hur; någon eller några idéer?

– Jag tror vi måste fundera på vilka andra akademiska format vi kan skapa för designforskning, andra seminarieformer, publikationsplattformar, typer av workshops och manifestationer av kunskapsutbyten. Jag tycker Designforskarskolan har gjort fantastiskt mycket för att öppna upp dörrarna och testa nya metoder. Mindre ångest, mer experiment. Nu kör vi!



Anna Rylander
Forskare, Business & Design Lab,
Göteborgs universitet

Vilken position har svensk designforskning i ett internationellt perspektiv?

– Jag har känslan av att svensk designforskning står inför en närmast explosiv utveckling. Väldigt mycket har hänt de senaste åren som vi snart

kommer att få se frukten av. En viktig indikation är utvecklingen av Design-fakulteten, den nationella forskarskolan i design. Vid grundandet för drygt fem år sedan var endast en handfull designer knutna till fakulteten – idag är det ett 50-tal. Det ska bli väldigt spännande att se utvecklingen i den skörd av avhandlingar som kommer att komma ut de närmaste åren.

Sverige börjar också bli alltmer synligt internationellt, inte minst genom värdskap för större konferenser såsom European Academy of Design med HDK som värd nu i vår, och Design Research Society som håller sin nästa konferens om designforskningens framtid i Umeå 2014.

Inom vilka områden ser du att svensk designforskning är starkast i en internationell kontext?

– I Sverige har vi en tradition av att samarbeta mellan discipliner, vilket jag tycker reflekteras i designforskningen och förmågan att hitta intressanta områden i skärningspunkterna mellan design och andra fält. Utifrån mitt perspektiv, som forskare inom design management, ser jag framförallt att vi varit duktiga på att lyfta fram och beskriva designpraktiken. Och att den kunskap, de förhållningssätt, processer och metoder som är kopplade till designpraktik kan användas i andra sammanhang, som designtjänster och i olika former av innovationsprocesser.

I anslutning till det tycker jag att man kan se att vi håller på att utveckla en bredare kompetens och starkare ställning kring designmetoder och hur dessa kan utvecklas och tillämpas i forskningssammanhang.

Tror du att en gemensam vision för designområdet i Sverige skulle kunna utveckla forskningen? Hur i så fall?

– Jag skulle vilja vända på frågan och

fundera på vad designforskningen kan göra för designområdet som helhet. Här tror jag framförallt att designforskningen kan bidra med att skapa en vokabulär kring design som kunande och gestaltande process, något jag tror är centralt för att skapa en plattform för att utveckla designområdet som helhet.

Kan existerande resurser och innovationssatsningar användas smartare? I så fall hur; någon eller några idéer?

– Vad gäller innovation tror jag framförallt att det handlar om att integrera designer och bygga på ett designperspektiv i mer generella innovationssatsningar som inte tidigare har en designkomponent.

Vad gäller designforskningen är den stora utmaningen framöver att ta hand om den erfarenhet som kommer med de nyutexaminerade designdoktoranderna. Hur fångar vi upp deras kompetens och ser till att de får möjlighet att fortsätta utveckla designforskningen?

Sen är det förstås också viktigt att dessa satsningar på forskning och innovation är integrerade i sig och kopplade till aktuella och relevanta frågor för näringsliv och samhälle. Fundamentet för designforskningen är ju den nära kopplingen till praktiken och skapande processer.

Frågeställare: Lotta Jonson



Stora utmaningar för framtida designforskare

Morgondagens designforskning ska handla om... Ja, vadå? Vilka problemställningar kommer att sysselsätta morgondagens designforskare? Ett par "trendspanare" med tentakler både i design- och forskarsamhället besökte Sverige nyligen. Här följer några av deras många förutsägelser.

Sverige och närmare bestämt Umeå har chans att bli en minnesvärd prick på kartan för designer och tvärvetenskapliga forskare världen runt. Designhögskolan har nämligen fått den stora äran att arrangera nästa internationella Design Research Society-konferens i juni 2014. Planeringen är i gång. *Anna Valtonen*, rektor och för övrigt också ordförande i SVID:s styrelse, är nöjd och full av energi.

Hon skrattar och visar en kornig svartvit bild på några unga personer som sitter i gröngräset och lyssnar på en glasögonprydd medelålders herre.

– Det här är ett av de första designforskningsseminarierna i Norden. *Victor Papanek* besöker designhögskolan i Helsingfors 1968.

MÅSTE KÄNNAS ANGELÄGET

Hon konstaterar att det hänt en hel del sedan dess.

– Vi designforskare har blivit fler och har fungerande nätverk. Vi behöver inte motivera vårt arbete hela tiden. Designforskningen finns exempelvis inom olika innovationssatsningar finansierade av myndigheter som Tillväxtverket och Vinnova. Fast den har ofta en dold operativ roll och är

med för att exemplifiera resultat inom andra tvärvetenskapliga fält. Designforskningen kan ha svårt att synas som en egen disciplin. Det är något som vi måste jobba med inför den stora Design Research Society-konferensen, fortsätter hon.

Som en upptakt bjöd Anna Valtonen och hennes forskargäng in ett antal kollegor till ett par dagars diskussioner med ett inledande seminarium i september. Där ställdes en rad viktiga frågor, frågor som ska hjälpa till att göra konferensen verkligen angelägen.

En av de inbjudna var *Jamer Hunt*, ansvarig för den experimentella forskarutbildningen Transdisciplinary Design vid Parsons the New School for Design i New York.

Enligt Hunt måste designforskningen framöver handla om de stora systemen och systemändringar. Livsviktiga områden som hälsovård, klimatfrågor, mat och matdistribution, vattenförsörjning med mera är stora system – komplicerat uppbyggda konstruktioner – en gång formgivna av människor. Hur har de designats från början, vilka fel gjordes då? Samtliga har en otroligt stor komplexitet. Det är alltså inte frågan om linjära system – inte om någon

ingenjörskonst utan det rör sig om icke linjära system som kräver en holistisk approach, inte en mekanisk.

– Människan är bra på att skapa system från scratch, se på internet. Men desto sämre på att förändra de system som redan finns, påpekade han.

– Titta på trafiksystemen runt om alla stora städer. De är från början uppbyggda linjärt.

NYA ANGREPSSÄTT BEHÖVS

Erfarenheten visar att ju större vägar desto mer bilar. Det går alltså inte att bygga bort felen, man måste angripa problemen på nya sätt, underströk Jamer Hunt.

En av de största frågorna för designforskningen framöver blir följaktligen, enligt Jamer Hunt, kan design användas för att förändra stora infrastrukturer?

I ett ekosystem kan små förändringar göra så att alla förutsättningar genast blir annorlunda. Hunt kallar det för "the revolt of the slave"-variabeln. Den måste man studera, den finns med i allt som styr våra liv.

Nu krävs också bottom up-lösningar, menar Hunt, och då gäller det att ta hjälp av vanliga människor, att an-



FOTO: DANIELA ROTHKEGEL

Jamer Hunt och Anna Valtonen drar upp riktlinjerna för nästa Design Research Society-konferens som ska hållas där i Umeå i juni 2014.

Scale framing (enligt Jamer Hunt)

Problemet "Att cykla i New York" kan angripas på en rad sätt och utgör ett pedagogiskt exempel på scale framing:

1. För den enskilda människan (human scale-nivå) handlar en förbättring om att produktutveckla cykeln så att den passar stadstrafik på bästa sätt. Uppgift för produktdesigner.
2. Nästa nivå/skala (street scale) handlar om trottoarer, vägbana, förhållandet till andra trafikanter, vägkorsningar och så vidare. Uppgift för stads- och trafikplanerare.
3. Nivån därefter handlar om parkeringsfrågor, cykelställ i och utanför hemmet och arbetet till exempel. Uppgift för arkitekter.
4. Nästa nivå kan handla om möjligheten att dela cykel med andra, att skapa cykelpooler och så vidare. Uppgift för servicedesigner.
5. Mer övergripande frågor vad gäller infrastrukturen och trafiksystem. Hur ska man kunna kombinera långa transporter

till och från arbetet utanför Manhattan med cykling, integrering av olika trafikslag med mera? Uppgift för systemdesigner.

6. Nationell nivå: Om det är önskvärt med fler cyklister – varför finns det så få cyklar i New York? Påverkan av vanor och prioriteringar, försök att förändra synen på motionsvanor, bilåkning till exempel. Här handlar det också om miljöaspekter, om utsläpp och miljöfrågor. Uppgift för politiker.
7. Global nivå: Tillverkning av cyklar lokalt i stället för i lågprisländer, globala transporter visavi miljöaspekter. Utmaning för alla designer och designforskare.

"Att cykla i New York" har implikationer på alla tänkbara nivåer. Så är det med varje akut problem idag; det finns inga små frågor. Allt ingår i ett större sammanhang, enligt Jamer Hunt. Varje designer och designforskare, varje människa måste fråga sig: Vilken kapacitet har just jag? Vad kan jag göra? Och på vilken nivå?

vända sig av brukardrivna metoder för att förhoppningsvis vända på steken helt och hållet.

– Bottom up ger möjligheter för designer att skapa lokala lösningar. Därefter måste designforskningen gå vidare och se vad som på samma sätt kan förändras i större sammanhang. Hur kan man skala upp lokala lösningar? Vad behövs för att de ska fungera i ett större perspektiv? "Scale framing" måste vara ett av den framtida designforskningens teman (se ovan).

I framtida designforskning ingår studier av socialt beteende, informationsfrågor och sociala nätverk. "Open source" kommer också att bli allt viktigare, nya samarbetsformer måste undersökas.

– Samarbete är den enda möjligheten i framtiden. Och det krävs forskning om effektiva sätt att samarbeta. En annan sak som också kommer att

vara ett viktigt forskningsfält är frågor kring vad form är när det inte finns någon form? Vad är en vacker tjänst? Vilken form ska den ha?

KRAV PÅ FRAMTIDEN

Också Carl DiSalvo, assisterande professor vid Digital Media-programmet på Georgia Institute of Technology, hade en lång rad önskemål och krav på framtidens designforskning. I sina egna studier har han fört ihop humaniora, naturvetenskap och teknik med interaktionsdesign. Allt detta för att öka allmänhetens engagemang i tekniska ting och för att analysera de sociala och politiska användningarna av digitala medier. Han har skrivit böcker och arrangerat publika konst- och design-event.

Carl DiSalvo ser framför sig fyra allt viktigare teman som den framtida designforskningen måste syssla med:

1. The social and socialist theme

Det sociala som utgångspunkt, samhällstemat, kommer att vara en viktig fråga. Samhället finns med inom varje gren av designfältet numera och vi ser en ny social orientering som för med sig nya former av produkter och tjänster. Det kräver andra verktyg och plattformar, *tools and platforms*, för designforskningen.

Man talar om *scientific citizenship*. Det innebär olika försök att utveckla metoder som involverar vanliga människor för att ta fram tekniska lösningar och skapa en ny samhällsinriktad verklighet, *social practice*, för designarbetet.

Inom designforskningens område skapar det frågor som Hur ska man tala om den här typen av social interaktion? Vilka former kan den ta? Det krävs att man tittar utanför designområdet för att hämta andra typer av



FOTO: DANIELA ROTHKEGEL

Carl DiSalvo i pausen efter sitt både inspirerande och tankeväckande anförande under besöket på Designhögskolan i Umeå i september.

erfarenheter, samhällsvetenskap och offentlig konst till exempel. Dessutom måste vi försöka vänja oss vid att inte se några distinktioner mellan samhälls- och teknikfrågor. Hur ska man kunna involvera allt detta så att det blir begripligt och meningsfullt inom designforskningen? Det är en av de stora frågorna inför framtiden.

2. Criticality and engagement

Att vara kritisk är typiskt för vår tid; vi har en kritisk inriktning (*critical what*). Men vad är det vi är kritiska till när vi är kritiska? Var finns vårt verkliga engagemang? Kan inte vår hållning ibland ta sig fel uttryck?

Carlo DiSalvo älskar kritisk design men menar att man måste fråga sig vad den är kritisk mot och vilka konsekvenser kritiken får i en större social kontext? Som designforskare måste man ifrågasätta sitt eget område; vilken samhällsnytta har design egentligen? Vad gör design? Hur fungerar den globalt? Intar den koloniala positioner? Vad är designens begränsningar? Finns det platser där designen inte bör vara? Här handlar det alltså om en självkritisk hållning.

3. The return to the object

Inom designområdet har många saker hänt som styrt det mot formandet att annat än ting: nya material, nya tjänster, ny service. En rad böcker som tagit upp mer filosofiska frågor diskuterar objektets roll i vår tid och det icke materiella i en materiell värld. Det har också att göra med utvecklingen av det datoriserade samhället. Kanske är det så att vi börjar se form också i det immateriella. Relationen mellan människa och ting samt människa och icke materiella ting måste tas upp och granskas i en framtida designforskning.

4. Epistemic community (det kunskapsteoretiska samhället)

All forskning sker i konversation med något som redan sagts. Men hur är det när det gäller designforskningen? Förekommer det någon verklig konversation, något kunskapsutbyte mellan designforskningens olika delar? Egentligen inte, enligt Carl DiSalvo. Hur ska man få den här konversationen att komma igång. Hur många designforskare tittar på de texter andra publicerar? Inom alla självklara forskningsfält finns det en levande diskurs, den

saknas inom designforskningens fält.

Carl DiSalvo nämner teoretiker som *Bruno Latour* och *Peter M Haas*. Båda dessa har skrivit om vikten av kunskapsutbyten och här finns mycket för designforskare att lära.

Vad händer alltså rent kunskapsteoretiskt inom designforskningen? Det är en verklig utmaning att tänka på designforskning ur den aspekten. Problemet är ju att designforskningen inte är ett eget, väl upparbetat fält utan att det är pluralistiskt och griper över så många områden. Hur ska man få ihop området?

– Det räcker inte med att övertyga omvärlden om att design är viktigt. Om vi tror att design är viktigt så måste vi också övertyga andra om att designforskning är viktigt. Och att den kan göra världen bättre, avslutade Carl DiSalvo.

DE STORA DEBATTERNA ...

Stora tunga frågor, utan tvekan. Men Hunt och DiSalvo var både engagerade och entusiasmerande. Så diskussionerna fortsatte i två dagar. Och en första skiss inför Design Research Society-konferensen, DRS 2014, gjordes upp. Redan från början klargjorde Jamer Hunt att han hatar konferenser, ordet parallellsektion får honom att rysa. Det gäller sålunda att inte bara att ta fram ett lysande innehåll utan också en konferensform som lockar. Anna Valtonen är dock förtröstansfull.

– Det känns bra, säger hon. Vi knäckte rubriken, temat blir: *The big debates*. Precis vad designforskning bör syssla med.

Lotta Jonson

Design Research Society

Design Research Society (DRS) är en tvärvetenskaplig sammanslutning bestående av designforskare i omkring 40 länder. DRS grundades 1966 för att underlätta kontakter designforskare emellan. Ordförande är den brittiske designforskaren *Nigel Cross*.

Vartannat år anordnar DRS en internationell designforskningskonferens. Nästa konferens hålls för första gången i ett nordiskt land. Umeå är värd för DRS 2014, 16–19 juni 2014. Tidigare konferenser har arrangerats i Bangkok (2012), Montreal (2010), Sheffield (2008), Lissabon (2006) och Melbourne (2004) och London (2002).

Läs mer på www.designresearchsociety.org

Design med användaren

Designprocessen har förändrats och är idag både mer inkluderande och öppen. Designforskningen är också mer öppen för att inkludera utvecklingen inom andra områden, till exempel innovation och organisationsutveckling. Detta framgår bland annat av *Emma Murphys* och *David Hands* artikel i detta nummer av *Design Research Journal*. ”Co-creation” och ”crowd-sourcing” som länge funnits inom bland annat mjukvaruutveckling har även blivit vanligare i designprojekt. Det nya är att man inte bara lyssnar på användare utan att dessa deltar aktivt i skapandet av produkter, eller, som i denna artikel, av specifika miljöer. Dessutom engageras användare på olika sätt som motiverar dem att delta även i svåra projekt. Denna utveckling har framförallt fått konsekvenser för hur briefen utvecklas och blivit en process snarare än ett dokument.

Även inom ett designområde som arkitektur engageras användare utifrån nya perspektiv för att ge bättre underlag för urban utveckling. *Claudia Scholz* och *Louise Brandberg Realini* visar hur en multi-dimensionell ansats med fokus på relationer och upplevelser av platser kan ge bättre underlag för arkitekters arbete – som också kan ses som en briefingprocess.

Även industridesignernas uppdrag och kundbas har förändrats. Många industridesignkonsultföretag har breddat sin kundbas och sitt utbud, till exempel gentemot tjänstesektorn. Samtidigt har många designkonsulter svårt att motivera ett visst pris för designarbetet. I sin artikel argumenterar *Magnus Eneberg* för hur förståelsen av design som en möjliggörande (*enabling*) service snarare än en underlättande (*relieving*) service skapar förutsättningar för att förstå och kommunicera vad design bidrar till. Magnus Eneberg använder här organisationsutveckling och *sensemaking* som teoretisk utgångspunkt för sin diskussion av design som service.

Många länder har genom historien satsat på design för att öka landets konkurrensförmåga. Ett nutida exempel är Sydkorea, som för drygt femtio år sedan var ett av världens fattigaste länder och nu räknas som ett av de rikaste. Självklart är inte design den enda orsaken. Den teknologiska utvecklingen är central, men utbildning av designer och företagets ökade användning av designkunskap har varit en viktig del i att utveckla en global konkurrenskraft. Även i Polen sker nationella satsningar på design, men det tar tid innan företag anammar en mer strategisk syn på design. Det visar bland annat *Justyna Starostka* i en studie som redovisas i detta nummer av *Design Research Journal*. Där jämför hon svenska möbelföretags syn på och arbete med design med motsvarande företag i Polen. Design ingår i en komplex väv av faktorer som bidrar till utveckling, men den designkvaliteten som landets företag producerar är en indikation på en nations konkurrensförmåga.

Lisbeth Svengren Holm



LISBETH SVENGREN HOLM

Professor, Textilhögskolan,
Högskolan i Borås, Sverige

**DR EMMA MURPHY**

Lancaster University,
Lancaster Institute for the
Contemporary Arts,
Storbritannien

DR DAVID HANDS

Lancaster University,
Lancaster Institute for the
Contemporary Arts,
Storbritannien

WISDOM OF THE CROWD: HOW PARTICIPATORY DESIGN HAS EVOLVED DESIGN BRIEFING

AV EMMA MURPHY & DAVID HANDS

Användardrivna designlösningar prövas allt oftare ute på fältet. Hur ska man till exempel involvera de boende i en förändringsprocess på bästa sätt – med hjälp av designmetodik?

Här redovisas en studie gjord i Royd, Yorkshire, Storbritannien. Avsikten var skapa en vision som alla i området kunde skriva under på. En vision, som syftade inte bara till att minska brottsligheten utan också till att skapa en social och miljömässigt hållbar framtid för de boende. Forskningsresultaten summeras i fem punkter:

1) Designledarskap är viktigt och betyder bland annat att den/de som leder designprocessen är med från början till slut.
2) Det är viktigt att designprocessen är flexibel. Den måste på ett dynamiskt sätt skraddarsys för just de problem den är satt att lösa, hela tiden utvecklas samt omformas alltefter nya förslag och idéer.

3) Ett tydligt syfte är avgörande för att undvika tvetydigheter inte minst i projektets initiala skede; det behövs en ”manifestation av den strategiska intentionen” som alla begriper.

4) Kulturaspekter (energi, entusiasm med mera) – attitydfrågan är viktig; genom att främja en kreativ och entusiastisk stämning blir fördelarna större både materiellt och icke-materiellt.

5) De designliknande metoder som ska engagera många människor handlar både om resultatet och vägen dit. Design är både ett verb och ett substantiv. Designteamet har många olika verktyg och tekniker till sitt förfogande och dessa kan användas på olika sätt genom olika skeden av designprocessen. Genom noggrann kombination och användning av dessa tekniker kan ovärderlig information samlas och sedan föras vidare till andra projekt.

INTRODUCTION

“...It’s the metaphor of the dance; and in briefing it’s the tango... shifting of leadership all the time...sometimes you are leading and sometimes you are following and you give each other signals, and together that pass off is very fluid...it is about these parties finding a communication method that they are comfortable with – it’s like the difference between dialogue and discussion. We are beings that want to dance.”
(CEO of multi-national design firm)

Design has changed considerably over the last two decades, adopting and embracing a wider remit of responsibility and application (Thomson, Sissons and Montgomery, 2012). Instead of being viewed as the sole activity of a lone practitioner, it is now being recognized as more inclusive, with the role of non-designers in the process becoming increasingly important (Murphy 2011; see also Brown, 2008; 2009; Sanders and Stappers, 2008). Some may argue that the lines between designers, clients and users are gradually becoming blurred (Maciver and O’Driscoll, 2010). Consequently, the authors propose that this drive towards participation (and more recently, taking this further – co design) means the design briefing process has also evolved, from a specification document to a dynamic, non-linear, process, which engages the clients, designer, users and other stakeholders in this age of participation. Formerly, the client would present a problem to the designer, and the designer, knowing their “place”, would dutifully respond with a solution, using their design expertise to design something with the “user in mind”, but not involved. Evaluation would take place at the end of the project, and performance metrics likely to be determined by the client at the outset (Phillips, 2004). Today however, we see a remarkably different client/designer relationship – and we posit that this has had a significant impact on the briefing process, cultivating a more inclusive and engaging learning experience. Designers are now framing the problem and developing solutions with clients and users – and actively involving users throughout the entire process. This dynamic relationship becomes a trade-off between the designer’s *Expertise* in design, the client’s *Experience* of their business and indeed the user’s *Engagement* in the whole process, which the authors propose as the 3E approach. The whole process makes for a “mutually-engaging” briefing experience, which enhances participation and provides a collective learning opportunity.

And so, we propose that the shift towards participatory design (which in itself, is not a new phenomenon) has enabled the evolution of design briefing; changing it from

what was once a Request for a Proposal (RFP) given to the designer, to what is now a mutually engaging, dynamic, participative process. This paper will begin by outlining the drivers behind enhanced participation in design projects. We will then offer an overview of the evolution of design briefing, drawing attention to the paucity of literature on design briefing as an interdisciplinary, dynamic process – rather viewed as more linear and prescriptive (e.g. Blyth and Worthington, 2001; see also Phillips, 2004; Royal Institute of British Architects and Phillips, 2008). The paper will then discuss a case study project, (Royds Housing Association, Yorkshire, UK) which provides a rich insight into dynamic participation in the design process. The authors then summarize the features of dynamic, participative briefing as exemplified in the case study, and the conditions conducive to this. The paper concludes with some key lessons for those engaged in the briefing process as well as suggestions for future research.

WHAT ARE THE DRIVERS FOR PARTICIPATION?

Before examining the impact of Participatory Design on design briefing, it is useful to consider the reasons for the move towards participation in design. The authors propose five key drivers:

- **Driver #1, Complex, wicked problems:** it is well documented in the literature that in performing their more strategic role (Borja de Mozota, 2003; see also Best, 2006; Bruce and Bessant, 2002), and being recognized as more than just “felt-tip fairies”, designers now face more complex, wicked problems (Rylander 2008; Brown 2009; Murphy, 2011). Due to this increasing complexity, they cannot solve these design problems alone – and therefore must collaborate with other specialists. Murphy (2011: 36) provides an overview of just some of the stakeholders that designers may have to interact with in the course of a project. The relationships given in Figure 1 are by no means exhaustive, but merely an illustrative example.

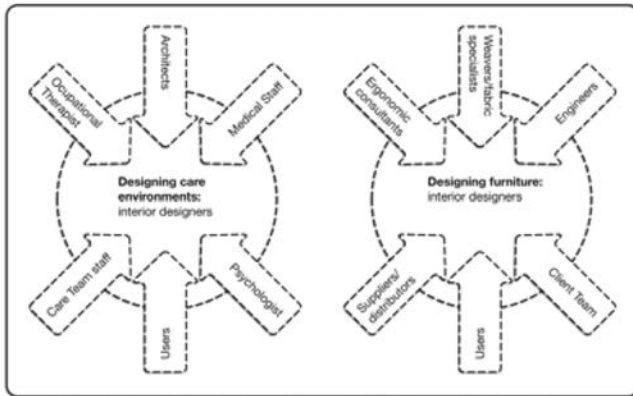


Figure 1: Design interactions (Murphy 2011: 36)

➤ **Driver #2, The expanding role of the designer:** In addition, it is well-observed that designers' roles are expanding beyond the traditional notion of "design" as a sole activity (Tan, 2009; see also Han, 2010; Press and Cooper 2003: 199). This has seen them become more adept at facilitating as well as designing – and therefore not only focusing on "design" but on other roles too, such as facilitator, active citizen, knowledge worker and strategist. More notably however, the landscape of the design industry has changed during, and in response to the recession (Murphy 2011), meaning that designers are increasingly working as freelancers (Design Council, 2010) – and therefore find themselves faced with performing more than one role – making them more comfortable with participation, and more likely to bring this to the next project.

➤ **Driver #3, More complex funding streams:** There are occasions where, with larger projects, or projects of a wider scope – e.g. community regeneration – non-design team members may need to be involved and coached because they are important to the process.

➤ **Driver #4, Active Citizenship:** The last decade has seen a move towards active citizenship and the general public taking an interest in community issues (Taylor, 2004; see also Taylor and Wilson, 2004; Brannan et al., 2006; Brannan et al., 2007). This is especially true of projects such as the case study, which means that there are more community members and non-designers involved in the process. What's more, the rise of social media has

helped to mobilize interest and encourage participation. In addition, during the recession, active participation in community initiatives and regeneration has increased and support sought and gained through social media.

➤ **Driver #5: The importance of the user:** Designers are now well-informed about the benefits and effectiveness of involving the user in the design process. Today, the processes and methods for engaging and managing non-design team people are becoming more sophisticated and complex (e.g. user groups, consultation, workshops – emerging methods etc). This is further enabled by digital technology (Baumann 2012).

This leads us to question: in the diversity we now see in projects, the complexity of design problems, the blurring of roles and responsibilities and the drive towards engagement and participation, what streamlines these stakeholders and processes when multiple stakeholders are participating? We propose that it is the design brief – or rather the design briefing process that has evolved, and adapted and embraced participation, re-defining briefing as a holistic 'democratic' activity.

DESIGN AND BRIEFING

Murphy and Press (2007) highlighted that early views on design briefing are dominated by documentation and rigidity (see for example Phillips, 2004; Cumming and Malins 2006). Here, we offer an overview of the literature which begins with the brief viewed as a written document; either produced by the client and given to the designer, or a product of a process which is linear and still rigid in nature. We will then highlight some studies which begin to uncover briefing as a more dynamic process – and this is the view which this paper provides and the true and emerging nature of design briefing today, as enabled by, and now an enabler of, participatory design.

Numerous authors have written on the subject of briefing (Blyth and Worthington, 2001; Cumming and Malins, 2006; MacPherson, Kelly and Male 1992; Nutt, 1993; Phillips, 2004; Smith, Love and Heywood 2005). Earlier views of "the brief" (as opposed to briefing) have focused on the brief as a written document (Design Council, 2012) – in some cases given to the designer by the client (Lloyd, Lawson and Scott, 1997).

This view has since evolved to the view of briefing as a process (Phillips, 2004). This process however, is linear, prescriptive and tends not to embrace complexity; focusing

on the production of a written document rather than being an emergent process, which enhances participation. These traditional models of briefing have brought a degree of order to the briefing process, and therefore could be useful in educating clients and designers about briefing in the first instance, rather than them struggling with the complexity of briefing from the start. However, it could be argued that this rigidity could actually stifle a more varied, non-linear process of design briefing (Murphy and Press, 2007).

The literature is rich with authors seeking to establish a simple linear model which can be followed in projects of a certain discipline (Phillips, 2004). A linear approach could be useful in embedding principles, however, could be considered too inflexible. For example, the RICS (Royal Institute of Chartered Surveyors) have stipulated strict guidelines for their 'type' of projects. In addition, RIBA (Royal Institute of British Architects) has devoted a vast amount of study into formulating their Plan of Work and have stipulated particularly firm guidelines on briefing an architect (Royal Institute of British Architects and Phillips, 2008). However, none of these studies deal with what is paramount; the reality of embarking upon design briefing to enhance participation of all stakeholders; to gain an insight into the client's experience of their business, and for the designer to utilise their expertise in design and managing the process, regardless of discipline, in a complex, rapidly changing, turbulent environment.

Peter Phillips (2004) has sought to bring order and structure to the process of design briefing, which again, is useful, but favours the linear progressive model and the production of a written specification. In his work, he suggests numerous headings under which project information must be assembled, such as project background, business objectives, and budget. These are undoubtedly key pieces of information, which are core to the development of the design brief, however Phillips' work, in the sense of briefing, has a number of limitations. For example, his work is mainly concerned with the graphic design industry with an in-house design team. As more and more design projects move towards becoming inter-disciplinary, crossing the boundaries between graphic and interaction design, interior design and branding, the process needs to be more flexible in its application. Therefore, the fact that Phillips' work is based on his experience of one discipline suggests it may be difficult to apply his principles to an interior design project, for example. In addition, the fact that Phillips' work is mainly based on the work of in-house design departments suggests that his principles may not take account of the

more problematic role, which an external design consultancy may have. Consultancies face a more challenging situation, as the information surrounding their client's business is not as freely available to them. They have to make more of an effort to 'get under the client's skin' and to probe into the culture and values of a new organisation for each project they undertake.

In addition, Phillips places great emphasis on the design brief as a finished document, however, the process is also important (rather than the end result); the interaction between client and designer which occurs during the briefing process, the shift in leadership, the mutual knowledge creation and exchange, the journey of mutual education and enhanced participation which drives the content, and is the crucial contribution to participation, regardless of discipline. Phillips' work is a meaningful contribution, however, it does contrast with the case study, which will be shown as more informal and an internalised form of explicit knowledge, rather than a raw and explicit form, like Phillips' approach.

Another key contribution to the literature on design briefing is the vast research conducted by Blyth and Worthington (2001). In the discipline of architecture, their work has brought much desired order and structure to understanding the design process. They emphasise the need for continuous feedback and evaluation and the iterative process of design and briefing, which suits the very nature of architecture—large building design projects must be rigidly planned and structured. Their extensive work is highly commendable and relevant to the discipline of architecture; however, their linear models and principles cannot as easily be applied to other design disciplines.

This would suggest that a wider, more flexible approach is needed to suit inter-disciplinary design projects, but also to facilitate broader application of the briefing process as a means of enhancing participation and providing a collective learning experience. The work of Nutt (1993) in the field of facilities management certainly outlines the limitations of "traditional" briefing. Nutt (ibid) acknowledges the similarities between facilities briefing and the RIBA Plan of Work, in the respect that both begin with the "*identification of the client's requirements, as expressed in the core business philosophy, its corporate strategy and mission statements*" (Nutt, 1993:29). However, Nutt (ibid) suggests that traditional briefing has limitations, in that one cannot predict the future, and therefore it is necessary to find ways in which to be comfortable with this uncertainty. She proposes that "*continuous adjustment to briefing arrangements will need to be put in place to support a*

dynamic management process with which to face the future as it unfolds” (Nutt, *ibid*). This clearly embraces the idea of the future being uncertain, and that any briefing process must be flexible enough to cope with the unknown.

Similarly, other significant authors in this field have made valid contributions, which move away from the traditional modes of the written design brief, and focusing on the process, iteration and participation. For example, Tomes, Oates and Armstrong (1998) in their research, outlined the need for designer and client to both participate inclusively. They suggest the briefing process moves iteratively through the ‘verbal to visual translation’ whereby business objectives are expressed visually and verbally through the process by designer and client in order to reach an agreed design brief for sign-off.

Tzortzopoulos et al. (2006) conducted research into designer and client interactions on healthcare projects. The research provides some insight into the business-related requirements that inform the design brief and activities in which the client and designer should engage (such as definition of business operations and stakeholders), in order to gather client business-related information pertinent to the design brief. This study is helpful in guiding novice clients rather than novice designers.

The brief discussion on design briefing forms a useful framework from which to consider design briefing in a more collaborative, participatory, emerging sense, as proposed through the case study.

BACKGROUND TO THE CASE STUDY

The area covered by Royds Community Association (RCA) consists of three local authority housing estates: Buttershaw; Woodside and Delph Hill. They are situated alongside one another to the south west of Bradford in west Yorkshire, UK. There are around 3,500 houses with an estimated population of 12,000. The estates are characterised by poor housing and flats built during the 1950s; lack of community facilities; high crime rates and barren open spaces.

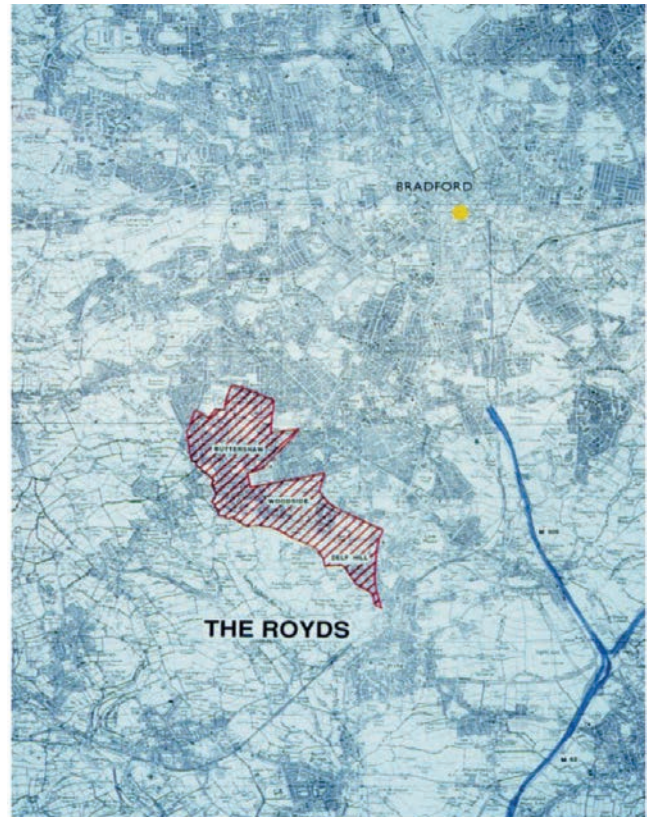


Figure 2: The three Royds housing estates
(Source: Royds Housing Association, 2001)



Figure 3: Typical 1950's Dwellings on the estates
(Source: Royds Housing Association, 2001)

The RCA was founded to improve the existing housing stock and to radically transform the physical, economic and social infrastructure of the three estates. The three resident associations initially had wanted to regenerate the estates but the local authority had insufficient funds to embark upon the redevelopment. The residents association suggested to RCA that a partnership be established between the local authority, Brunel Housing and the developer Keepmoat Plc. It was this partnership that was key to attracting a mixture of public and private funding for the massive regeneration programme. In 1995 RCA successfully secured £31m from the Single Regeneration Budget (SRB) and with contributions from RCA partners and other agencies, the total spend of the programme between 1995 – 2002 was £108m.

Having secured the funding from both private and public sources, RCA were committed to creating a sustainable community where the local residents were involved from the outset in identifying and contributing to achieving their future needs. Their goals were to:

- Take action to address poor housing quality through the refurbishment of houses and replacement of flats.
- Identify and reduce problems associated with drug abuse and prostitution on the three estates.
- Make significant improvements to the social and physical infrastructure of the estates – roads; parking; shops; health centres; upgrading community centres; improving schools.
- Provide facilities for both recreation and leisure activities.

DESIGN 'BRIEF' DEVELOPMENT

At the very beginning of the pre-briefing stages, PC Stephen Town (Bradford District Architectural liaison officer, ALO) became involved in consultation and refurbishment of the three housing estates. A tripartite working partnership was established between the ALO; Tony Dylak, Director of Royds Housing Association; Webb Seeger Moorhouse (architects); and importantly the residents themselves. Crime was of a major concern to all stakeholders with the Royds Housing estates suffering from chronic levels of high crime and anti-social behaviour. In 1995 the Royds area had a burglary rate of 138 per 1000 population, which was on average more than five times the UK national average. With this in mind, the multi-agency partnership chose to approach the re-design of the estates using Secured by Design (SBD) principles to significantly reduce the opportunity and occurrence of criminal activity.

The resident's representatives on the Board of Directors were particularly keen to voice the views and opinions of homeowners and residents of the three estates. In order to create a comprehensive and flexible design brief the Board decided to adopt a series of creative and unique ways of soliciting the views of stakeholders. Tony Dylak explains:

"... we established a very strong series of mechanisms working directly with the people who were involved, the tenants. We also did front room meetings, as it were, so somebody would say, I want a meeting in my house, so we'd say, well get the ladies round and we'll meet in your front room. You get the biscuits on and we'll be round. We did road shows, gosh we must have done road shows about six or seven times a year, and we'd take the plans out and people would be able to identify their own house and their own area and we'd say, we haven't got to this bit yet, but what's proposed, is this. No, I don't like, what do you - the neighbours think, and we all agree we don't like that. [...] Right, ok and we'd leave it out and we'd get people's confidence and sometimes we'd get calm."



Figure 4: A resident Director and planner discussing proposals with resident (Source: Royds Housing Association, 2001)



Figure 5: Two resident Directors discussing proposals with a resident
(Source: Royds Housing Association, 2001)

The travelling road shows visited a variety of different locations around the three estates, in schools, local parks and playgrounds, providing a forum whereby the design brief / feasibility proposals could be displayed, discussed and commented upon. In order to raise public awareness of these ‘events’ they also offered complimentary attractions such as face-painting and bouncy castles for the children to enjoy. There were several of these events proving both popular for the children and successful for Royds Housing Association in soliciting vital and much needed input from the residents



Figure 6: Children's activities during the consultation road show
(Source: Royds Housing Association, 2001)

ROYDS COMMUNITY DEVELOPMENT: URBAN CODES

In conjunction with the series of consultation ‘road shows’, the Royds Housing Association were working closely with Webb Seeger Moorhouse (consultant architects) developing a design document that captured the views of the residents whilst also creating a masterplan for the regeneration of the area. The Urban Codes (1995) document in essence was an organic design brief that was continually developed by the architects, reflecting the views of residents and other key stakeholders. Tony Dylak (2004) explains:

“... we developed something called Urban Codes and they were developed by consultant architects through a huge amount of consultation and basically, the Urban Codes document stated the kind of external developments, so physical features such as doors, windows, roofing, chimneys, fencing, all that kind of thing. Urban codes also very cleverly introduced things like lets get rid of thickets; passageways; particularly unlit ones, unmade ones, ones that had a bad reputation; so Urban Codes said principally, we’ll get rid of them.”

The Urban Codes document aimed to embrace the vision of the regeneration plan, with particular emphasis on quality (in terms of materials and workmanship); sustainability; aesthetics (appearance of dwellings; and the housing estates); and the reduction of criminal activity that blighted the three estates.

In conjunction with the development of the Urban Codes, PC Stephen Town (ALO) worked very closely with the Council, Housing Department and residents to develop a more specific ‘technical’ brief that focused on specifying more technical ‘secured by design’ features of the dwellings. In particular he focused on reducing the high levels of burglary on the estates by identifying the causes of burglary and implementing measures that would make it difficult for the offender to break into the dwellings. Tony Dylak (2004) comments:

“...Obviously burglary was a key issue. Burglary and repeat burglary was a key issue with people that they wanted to see addressed. The terror, particularly for old people, of being burgled seven or eight times a year, sometimes by the same people, not being able to get insurance on their property – that was a major issue that they wanted to see addressed.”

By drawing upon research undertaken by the local Police and conducting extensive consultation with the residents,

Stephen Town managed to source window frames with limited apertures complete with locking mechanisms. The windows were certified to the BS 7950 standard (Windows of Enhanced Security) which were able to withstand considerable physical abuse and tampering in an attempt to gain unlawful entry. The door frames were designed to withstand attempts to force entry, and when tested could hold secure for 20 minutes. The residents on the Board of Directors were sceptical about the security attributes of the window frames; approaching Tony Dylak to conduct an 'experiment' to see if a 'burglar' could actually break into a house fitted with the security enhanced windows and doors.

COMMUNITY PLANNING

On a macro scale, the residents were involved right from the outset in the briefing stages of planning community facilities on the three estates. New facilities that were being planned or refurbished included playgrounds; a new community centre, healthy living centres and educational facilities.



Figure 7: Residents showing initial plans and a sketch model of new community facilities
(Source: Royds Housing Association, 2001)



Figure 8: Recently completed community centre
(Source: Royds Housing Association, 2001)

As a result of their direct involvement, the residents decided upon and agreed on the strategic placement of key community facilities.

SUMMARY OF CASE

This case example has discussed the significant and important role of the residents in determining a new all embracing vision for the Royds estates, that not only aims to reduce crime but to create a social and environmentally sustainable future for the residents. Firstly, the input of Stephen Town, Architectural Liaison Officer, has been considerable in terms of driving consultation and the engagement of residents; secondly, Tony Dylak, Director of Royds Housing Association, his vision and ability to listen and support the wishes of the residents has been immense. Combined, it is suggested that the design briefing stages was the catalyst for change and the mutual sharing of vision. The design briefing process provided a platform for all stakeholders to envision a future for the estates, providing a common ground for residents, the police, housing authorities and architects to meet, discuss and implement the wishes of everyone that embraces a crime-reduced future. Referring back to the central focus of this paper, the 5 key drivers for participatory engagement are clearly explicit within the case discussion. Firstly, the designer's role within the initial briefing stages embraced a **wider** remit of responsibility. They carefully orchestrated a series of planned events to both appeal and entice the residents to the consultation 'roadshows'. Secondly, with the opportunity to meaningfully participate and be an equal part of the consultation process, the residents responded wholeheartedly to expressing their

requirements and ambitions to reinforce positive changes within the design and development process. As such, this then leads us to the issue of **blurring boundaries** between the various domains of knowledge, which traditionally remained distinctly separate and isolated. With the erosion of these perceived 'boundaries' by the residents, they actively engaged through all stages of the project duration, often contributing specialist knowledge and experiential understanding of complex design considerations.

CONDUCTIVE CONDITIONS TO DYNAMIC, PARTICIPATORY DESIGN BRIEFING

Through exploration of the literature and empirical evidence, it could be argued that five key elements (or discreet variants of) are often found within 'dynamic' participatory design briefing; these may be surmised as follows:

1 – Design leadership: Design leadership is the ability to take an idea from inception right through to full implementation. However, leadership is the skillful 'art' of ensuring integrity and intent of the original idea is maintained and embedded within the final designed outcome (Cooper, Wootton, Hands, Daly and Bruce (2002)). One key element of sensitive and intelligent leadership activity is the ability to reach out and engage diverse audiences under the aegis of one collective vision and unified purpose (Cooper et al, *ibid*).

2 – Flexible process: taking an idea from A to Z requires the ability and confidence of the design team / or sponsor to critically reflect on the appropriateness and effectiveness of the approach to the design 'task'. Through the utilisation and adoption of a flexible and 'fluid' design briefing process 'change' can be accommodated for and embraced as new information arises through continual dialogue, understanding and reflection. The necessity of a dynamic, bespoke process which adapts to the context further reinforces the need for engagement rather than following an off the shelf process or 'going through the motions'.

3 - Clear purpose: This is crucial for the avoidance of project 'creep'/ambiguity right at the initial stages of the design project. Clear purpose could be considered the manifestation of strategic intent providing a firm 'focus' to obtaining long term strategic objectives throughout all stages of project duration are met.

4 – Culture (energy, enthusiasm): Through clear and sensitive 'leadership' and the encouragement to take risks, all stakeholders within the briefing process can significantly contribute to the overall success of the project. By fostering a culture of creativity and enthusiasm, the benefits are considerable both in tangible and intangible outcomes.

Again, one key determinant of this philosophy is through successful design leadership, and also the use of creative research methods.

5 – Designerly methods to engage the masses: design is both a verb and a noun. 'To design...' is equally as important as the designed outcome at the end of the project. The design team has many diverse and dynamic tools and techniques at their disposal to use throughout the differing stages of the design process. Through the careful combination and deployment of these techniques, invaluable information can be gleaned from a variety of differing sources (to read more about appropriate design methods in the literature see Sanoff (1983, 1991; Hanington and Martin, 2012).

IMPLICATIONS FOR FUTURE RESEARCH

This research has outlined some of the core principles of dynamic briefing as a result of participatory design. While this is only one case, it is useful to outline these principles to lay the ground and to inform future research. These guidelines will be useful to clients and communities wishing to be more involved in projects, designers who find themselves needing to engage with diverse stakeholders, and for project managers who may be overseeing budgets or process. In addition, it is anticipated that future research will explore the impact of co design on the briefing process, as there may be some potential for further change when hierarchies are not present and the non-designer and user is equal to the process, rather than 'brought in' when and how it is deemed appropriate.

REFERENCES

- Best, K. M. (2006) *Design Management: Managing Design Strategy, Process And Implementation*, Switzerland, Ava Publishing Sa.
- Blyth, A. & Worthington, J. (2001) *Managing The Brief For Better Design*, London, Spon Press
- Borja De Mozota, B. (2003) *Design Management: Using Design To Build Brand Value And Corporate Innovation*, New York, Allworth Press.
- Brannan, T., John P., and Stoker, G. (2007) *Re-Energizing Citizenship: Strategies For Civil Renewal*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan.
- Brannan, T., John, P., Stoker, G. (2006) Active Citizenship And Effective Public Services And Programmes: How Can We Know What Really Works? *Urban Studies*, 43(5/6): 993–1008.

- Brown, T.** (2008) Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86 (6), 84–92.
- Brown, T.** (2009) *Change By Design: How Design Thinking Transforms Organisations And Inspires Innovation*, New York, Harpercollins.
- Bruce, M. & Bessant, J.** (2002) *Design In Business: Strategic Innovation Through Design*, Essex, Pearson Education Ltd.
- Cooper, R. Wootton, A. Hands, D. Daly, L. Bruce, M.** “Invisible Innovation: Models Of Design Facilitation In The Supply Chain.” In Proceedings Of ‘European Academy Of Management – 2nd Conference On Innovative Research In Management, Euram 2002 Stockholm May 9-11 2002.
- Cumming, D. & Malins, J.** (2006) The Values Of Graphic Design In Small Uk Businesses As A Pre-Brief Communication Tool. In Williams, A., Hands, D. & O’Brien, D. (Eds.) *D2b Shanghai 2006: First International Design Management Symposium*. Adelphi Research Institute, Manchester.
- Design Council** (2010) Design Industry Insights: Comments And Conversations On The Business Of Design In The Uk. London, Design Council
- Design Council** (2012) *Reasons For Briefing*. [Online] Available At: <http://www.designcouncil.org.uk/resources-and-events/business-and-public-sector/guides/briefing/reasons/> [Accessed: 12 September 2012].
- Han, Q.** (2010) Practices And Principles In Service Design: Stakeholder, Knowledge And Community Of Service: A Summary. Lulu (<http://www.lulu.com/shop/qin-han/summary/ebook/product-17365274.html>)
- Hanington., B., And Martin, B.** (2012) Universal Methods Of Design: 100 Ways To Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, And Design Effective Solutions, Ma: Rockport.
- Lloyd, P., Lawson, B., And Scott, P.** (1997) Can Concurrent Verbalization Reveal Design Cognition? *Design Studies* 16 (2), P237–259.
- Maciver, F., O’driscoll, A.** Consultancy Designer Involvement In New Product Development: Mapping A Novel Design Leadership Process. International Product Development Management Association Conference. Universidad De Murcia, June, 2010.
- Macpherson, S., Kelly, J. & Male, S.** (1992) *The Briefing Process: A Review And A Critique*, London, Royal Institution Of Chartered Surveyors.
- Murphy, E.** (2011) *Learning To Practice: A Case Study In Dynamic Learning At The Interface Of Design And Business*. Phd Thesis, University Of Dundee.
- Murphy, E. & Press, M.** (2007) Strictly Ballroom Or Dancing In The Moment? Methods For Enhancing The Partnership Of Design And Business. *Seventh European Academy Of Design Conference: Dancing With Disorder: Design, Discourse, Disaster*, Izmir, Turkey.
- Nutt, B.** (1993) The Strategic Brief. *Facilities*, 11 (9), 28–32.
- Phillips, P.** (2004) *Creating The Perfect Design Brief*, New York, Alworth Press.
- Press, M. & Cooper, R.** (2003) *The Design Experience: The Role Of Design And Designers In The Twenty-First Century*, Hants, Ashgate Publishing Limited.
- Royal Institute Of British Architects & Phillips, R.** (2008) *Plan Of Work: Multi-Disciplinary Services*, London, Riba.
- Rylander, A.** (2008) Design Thinking As Knowledge Work: Epistemological Foundations And Practical Implications. *International Dmi Conference, Design Thinking: New Challenges For Designers, Managers And Organisations*. Essec Business School, Cergy-Pointoise, France.
- Sanders, E.B.-N. & Stappers, P.J.** (2008) Co-Creation And The New Landscapes Of Design. *Codesign*, 4(1), 5–18.
- Sanoff, H.** (1983) Human exchange techniques for citizen participation, *Design Studies* Vol 4 No 2 pp 157–164.
- Sanoff, H** (1991), Visual research methods in design, New York: Van Nostrand Reinhold
- Smith, J., Love, P. E. D. & Heywood, C.** (2005) A Method For Performance Briefing At The Project Inception Stage. *Facilities*, 23 (7/8), 319–329.
- Tan, L.** (2009) Seven ‘New’ Roles Designers Are Playing In Public Life. *Design Phd Conference: Sustainability, Innovation And Design*. Lancaster University.
- Taylor, L.** (2004). Client-Ship And Citizenship In Latin America. *Bulletin Of Latin American Research*, 23(2): 213–227.
- Taylor, L., Wilson, F.** (2004) The Messiness Of Everyday Life: Exploring Key Themes In Latin American Citizenship Studies. *Bulletin Of Latin American Research*, 23(2): 154–164.
- Thomson, S., Sissons, A., And Montgomery, L.** (2012) UK Design As A Global Industry: International Trade And Intellectual Property. Big Innovation Centre, Available Online At: <http://www.biginnovationcentre.com/assets/docs/reports/uk%20design%20as%20a%20global%20industry%20final%20draft.pdf>. [Accessed 5 October 2012].
- Tomes, A., Oates, C. & Armstrong, P.** (1998) Talking Design: Negotiating The Verbal-Visual Translation. *Design Studies*, 19 (2), 127–142.
- Tzortzopoulos, P., Cooper, R., Chan, P. & Kagioglou, M.** (2006) Client Activities At The Design Front-End. *Design Studies*, 27 (6), 657–683.



CLAUDIA SCHOLZ
Ph.d. Candidate in the Faculty
of Architecture, University of
Lugano, Schweiz



LOUISE BRANDBERG
REALINI Arkitekt SAR/MSA,
University of Lugano,
Schweiz

MULTIPLE PERCEPTIONS AS FRAMING DEVICE FOR IDENTIFYING RELATIONAL PLACES

AV CLAUDIA SCHOLZ & LOUISE BRANDBERG REALINI

Ett stadsrums relationella nätverk, uppbyggt av interaktioner mellan människor, platser, berättelser och tider, producerar viss kulturell och social utveckling, affärsprojekt och vänskap, medan den avvisar andra. Därför krävs en förståelse för de olika relationerna, som konfigurerar ett specifikt urbant nätverk, innan arkitekten ingriper och förändrar relationerna mellan byggnader, människor, platser och deras innebörd.

Arkitektoniska objekt är synliga, men det är inte relationer. Relationer finns i olika lager: "inre" världar, kopplade till känslor och "yttre" världar, kopplade till det fysiska och taktila. Endast en matematisk och formalistisk läsning av en urban situation skulle vara otillräcklig för utformningen av en gemensam miljö.

I denna artikel föreslås ett flerdimensionellt angreppssätt för att analysera urbana situationer som kan ge bättre grund för arkitektonisk design och tillgodose de särskilda kontextuella

egenskaper som finns i ett stadsrum. Detta kan stödja en övergripande positiv stadsutveckling, där visionära och pragmatiska projekt är samordnade och inte konkurrerar med varandra.

I en befintlig urban verklighet, Lugano, analyseras hur människor använder specifika platser och vad dessa betyder för dem. Dessa olika upplevelser, och "levande berättelser" (Boje, 2011), kombineras med arkitektens uppfattning och en traditionell rumslig läsning av platser (kartor, teckningar, skisser).

Artikeln visar hur integrationen av narrativa intervjuer kan förbättra grunden för design och urban representation, hur detta påverkar resultatet av det arkitektoniska, urbana projektet, som i sin tur påverkar en specifik plats relationella nätverk.

ABSTRACT

The relational web of a place, made of interactions between people, spaces, stories and times, produces certain cultural and social developments, business ventures and friendships, while disallowing others. Hence, an understanding of the various relationships configuring a specific urban network is required before the architect intervenes rearranging the relations between buildings, places, people and their meaning.

Architectural objects are *visible*, but relationships are not. Relationships lie on different layers: 'inner' worlds, linked to emotions and feelings and 'outer' worlds, linked to the physical and tactile. Thus, revealing only mathematical and formalistic dimensions of an urban situation would be insufficient for the design of a collaborative environment.

In this paper we propose a multi-dimensional approach for analysing of the urban situations that should provide a better ground for architectural designs to respond to the specific contextual features of an urban space and support an overall positive urban development, where visionary and pragmatic projects are aligned and not competing with each other.

An existing urban reality - Lugano - is analysed by the ways people use specific spaces and what they mean to them. These multiple views, 'living stories' (Boje, 2011), will be combined with the architect's perception and traditional spatial reading of space (maps, drawing, sketch ...). The paper shows ways in which the integrations of narrative interviews can enhance the groundwork for design and urban representation, influencing the resulting architectural urban project that in turn has an impact on the relational web of a specific place.

INTRODUCTION

To change a city is to propose a subtle yet determined combinations of projects, to articulate a re-interpretation of the world that is partial and fragmentary, but as context specific as possible. The architect's role in the game is that of a mediator, interpreter and catalyst for the experience of the others.

That is to say she needs an insightful knowledge of the reality in which she intervenes, before she rearranges its relationships by adding new projects. It requires a sifting through various messages, shedding light on what is already known while tracing unexpected awareness.

In his book *The production of space* (1974), Lefebvre described the city not by an accumulation of people and things in space, but by their interrelationships. Hence,

space is not only an abstract container in which life occurs. It is produced and re-produced by interrelationships of constructed environment, geographic form, symbolic meanings and everyday manifestation of culture. This relational dynamic provides every urban reality with its own spatial praxis, with its specific time and times, with its centres and the coexistence of many centres, thus making the temporality of places a central aspect to urban life.

Most notable about Lefebvre's thesis is that our environment is defined not only by physical objects but also by a variety of territorial, political, psychological and social processes, that neither are all on the same surface, nor are they all visible. This difficulty suggests to classify space according to function rather than form or, in other words, according to its felt presence rather than its visibility. As a consequence, we have to be able to see also 'invisible' connections between things to build a city from within and not only from outside – as globality does, permanently moving from the past to the present and vice versa (Lefebvre, 1974. 334).

This relationality between the components of any urban reality requires an understanding that goes beyond the mere spatial composition, aiming instead to consider the proper relational web of the city.

But what relevance does the understanding of a 'relational web' have for its spatial analysis? Architects need to acknowledge the actual presence of every relational web considering that some elements are visible and other invisible to naked eye. Although some components may be invisible, they contribute in the same way to our orientation as visible landmarks, streets and places (Buchanan 2012. 2). Memories and affections make places stay active and coloured.

The description of urban space is generally linked to the means of production in the mathematical and physical space: codified drawings and survey maps, leaving out of the picture all multiple relations a certain location or building already has or potentially could have. The question is, "*How does it look?*". This addresses external conditions, but ignores rich internal worlds of experience. But everybody knows, that sometimes we walk along streets for the most irrational reasons. Let it be for a particular bakery, a past encounter or just because of the way it makes us feel. By contrast, we are looking at the interiority of the space production process, including invisible dimensions of the lived space, through questions like "*What are the local centers and what are their times?*", "*What is the relational web of a city?*"

In this paper we present a method in which narrative interviews with citizens are used to describe urban space

offering a different representation of an existing urban reality.

PROJECT BACKGROUND

We start from the assumption that cities are living environments, where time and space are inseparably entangled, and together create a spatial texture ('relational space'), that is coined by active knowledge and ideologies. That very '*relational space*' is described by its *physical attributes* (container), *use* (activity), *ambience* (feel) and *historical significance*; and by how these connect to the surrounding environment (White, 1999. 57-96; Frey, 1946).

These considerations are part of a project among researchers stemming from architecture, economics and organizational communication¹⁾. It aims first to create a deeper understanding on three aspects of urban relationality, namely the *spatio-temporal* relationality, the one between *multiple users* of urban space, and the one of the *people ideating, financing and constructing* urban space; and second to propose 'relational projects' that will be able to account for the specific contextual features of an urban space, and support an overall positive urban development, where visionary and pragmatic projects are aligned with and not opposing each other.

Referring to Lefebvre, spatial praxis has different times which are all inscribed in space and thus still present, albeit some of these sensations and non-facts can neither be experienced nor seen today (Tiessen, 2007). However, by its actual presence through the linkage to the present day, the 'invisible' past, with all its active relations and interconnectedness, exists and is perceptible.

More precisely, a city's past offers inspirations and linkage for contemporary tasks. Hence, the materiality of past events, inscribed in buildings, determines anchor points for future development, and needs to be considered. Using this awareness as a framework for new projects calls for thinking about new objects as being part of an existing reality, that is also made of various emotions, materiality and stories of places.

THE INQUIRY METHOD AND DATA COLLECTION

In the act of assessing '*relational space*', the lived experience plays an important role. It creates memory that in turn assigns the space its meaning, making it an identifiable place. We start by interviewing citizens about their daily life and

their stories linked to a specific urban reality (Boje, 2011). We use the *narrative interview technique* to create site-specific knowledge.

Stories, including ephemeral memories, are seen as evidence for a specific social and cultural context and a testimony for an emotional involvement, a proper 'lived experience'. Pearce (2008. 21) argues it is stories that define places, that give us the consciousness of their existence, and produce space. Every place is thus part of a network of stories that always can be spun further and makes it part of a collectiveness. Their plot helps to understand the experiences (Jensen, 2007. 215). In turn, stories' anchor points are material objects (Schatzi, 2003. 89). They are organized around specific places, that can be located.

Our observation site is the city of Lugano, actively involved in an important urban transformation process, which offers a good opportunity to study the relations among people and between them and the existing and future built environment.

In the cultural domain, the focus in this study, Lugano is currently realizing a 169 million Swiss Franc art center - Lugano Arte e Cultura (LAC) due to open in 2014. LAC reflects in many ways the idea that an iconic art center may enhance a city's image attracting private investments and tourists (Rodríguez et al., 2001).

Given the amount of public funds involved in this project, and the relevance of relationality for its capability to transform the urban reality and contribute to a sustainable city life, we focus, next to the LAC project, on two other cultural existing objects of the city, which are conceptually related to it: Lugano's Congress Center, and the Off-space cultural center 'Nuovostudiofoce'. Their similarities and differences allow us to compare and contrast them to one another, to identify meaningful patterns and engage in theory-building (Yin, 2003).

1. From a *spatial* perspective, all three projects are situated along the lake and adjacent to the historical city center. Whilst there are multiple connections between the projects (in terms of the nature and content of the offerings), it is not clear to which extent they are thought of and planned together.
2. From a *temporal* perspective, the projects are similar but also differ in terms of the time of their construction (70s vs. 2000s), the duration of their realization (2 vs. 10 years), and the temporal procedure of its realization.
3. From a *stakeholder* perspective, all three projects have been commissioned by the city of Lugano. Yet they differ

¹⁾ Swiss National Science Foundation "The role of relationality in urban transformation processes" www.urbanrelation.org

in terms of the involvement of private investors and of the active participation of lower level groups within the municipality as well as of political parties and the general public. The involvement of these stakeholder groups differs, ranging from rigid hierarchical and top-down processes to more collaborative partnerships.

4. From a *users'* perspective, the projects differ in terms of the users' local provenance or their socio-economic standing. There is also a certain degree of user permeability between the projects and it is believed, for example, that parts of the users of today's Congress Center will migrate to LAC and the Congress Center will lose attractiveness for hosting large-scale and up-market concerts.

To attest the three projects' relationality we cartographically set up three so-called observation areas. They are defined by the reasonable walking distance of 500 meter in each direction starting from the respective project. Then we trace the *places* – made of memories and stories – in those areas. As informants, we met with citizens in their environment and interviewed them about their daily urban experiences and their perception of the three projects. The 29 interviewed people live or work in the immediate surroundings of the three key projects. They were selected carefully (Sorenson et al., 1975: 14), keeping the variance among them as high as possible in terms of age, sex, place of birth and socio-economic profile.

There were not a rigidly fixed questionnaire as we wanted the persons to say as much as possible, letting ideas and thoughts surrounding places deliberately come into light. Then we asked them for a 10-30 minutes common explorative walk, to show us an area of their choice. That 'being in the physical space' (Rasmussen, 1957; Polanyi, 1966; Corner, 1999: 249) is an essential part as the immediate physical and social presence of the city evokes special memories and relations.

The narrative interviews and explorative walks took place over a time span of 4 months. We met with the citizens in a place of their choice, at a time of their convenience. We began with general questions about their daily life and walks moving on to the 3 projects, ending with problems and desires for the future. This allowed us to find the 'personal' city and not the 'representative' city linked to the official image of it. We collected their stories and asked: *What do people see and observe? What do they cherish? Where do they pass day-after-day? What places serve the people's well-being? What are their affective places?* The themes we threw into the narration were: activities, problems and strengths

around the key projects as well as in general; felt changes and dreams. At the end, after the walk, we raised one last question: *From all the cited and found places, which place would be the one they feel particularly attached to?* In total, interview and walk together lasted approximately 1 to 1 ½ hour each time. They were recorded in their full length and, subsequently, transcribed word-for-word.

DISCUSSION AND ANALYSIS RESULTS

Many beautiful and unexpected stories unfolded, but what are the relationships among them? How do we understand them? How can we map them and make them visible?

We must say that people were very open to meet with us. During the conversation, they became eager to describe their proper point of view, thus also becoming more precise the more we asked about the surrounding. Because of our background in architecture people's observations remained framed and focused on specific urban and architectural settings. It is a first linkage among the stories, and an essential reason for the interviews to be carried out by architects and not by other researchers.

During the first stage of the inquiry session the participant's memories played a major role, whilst later the immediate physical impact was of greater importance. The walk triggered more precise statements than in the calm and protected environment of bars, where the interviews were held. However, the descriptions in the first part were more discursive, more sequential or even more story-lined. While moving through the space in its proper sequence, people become aware of prior unnoticed spaces, thus activating spaces (creating places). The material presence made it possible to see connections over time and space. Past places became enacted, whilst remaining anchored in today's reality. Places became an inspiration source for future projects.

At a first view, we provoked an uncommon collection of situations that hardly seem to relate to each other. Actors and plots are different, feelings are different and paths are different. But they have something in common - their spatial information. Therefore the first step was to draw all explorative walks into the city map and to highlight all memories, public discourses and affections, linked to locations in the transcripts. Places did not merely emerge by a logical or deductive process, but sometimes there was an intuition that led to either ignore or choose them.

All places that were named and described, were LISTED. The list was subdivided into spaces "walked by" and "talked about", keeping the sequence and repetitions of places intact. Out of this we created a separate LIST of places in

which we grouped diverse story fragments and expressions. We had to break people's narration into single pieces in order to assign diverse story-elements to one and the same place. This allowed us to obtain a first feeling for a place's importance in the urban reality.

In certain narrations, there were also story elements, that position the place in the existing 'collective mind', revealing stronger relations between past, present and future. Hence, we decided to classify our locations in three categories and mapped them (Corner, 1999):

- *Collective places* are places that have a *collective* perspective, or are carriers of memories that refer to a bigger issue than an individual episode. They evoked stories (narrations) that are part of a broader common discourse, one that could have been experienced by many. There are memories which belong also to others. The stories are linked to their origin (place) and their value (content, form) and cannot be isolated from them. Thus the place (artifact) can stem from different epochs, might even have been erased, but is still there as a virtual trace.
- *Places of orientation or of reference* are places that are only mentioned in the narrations or are used to define the location of another place or the presence of a theme, like an architectural style.
- *Individual places* are places that refer to an individual episode or expression.

The interviews rendered momentarily visible, what otherwise exists only in the form of memories or desire lines. Different temporalities became visible on one layer. We obtained an indication of what people value in their environment and which places are 'present' or 'active'. What we notice is also that these collective places have different cultural and emotional importance for citizens. Some places are felt more, meaning also that they have a stronger anchorage in time and place than others. Consequently there are places with their origin in different periods or styles that have a similar importance to citizens today.

From the classification it follows that 'collective places' are not necessarily only public entities like squares, gardens or cultural venues but also smaller private venues like bars, bakeries and factories. It is the human contact that ingrained them into the collective mind.

The interviews and how people speak about different places helped us to divide the collective places into 5 groups that allow for a general overview of the diversity in the observation areas. To illustrate a first idea of the places

anchorage in time and place we have given the groups different labels; *'dead'*, *'floating'*, *'lasting'*, *'malleable'* and *'moving'* (Appendix 1).

Thanks to this subdivision we can also extract some conclusions for how to treat the different places. When people speak about the **'dead'** places they rather use a past tense, without being nostalgic and without referring a physical trace to the present day. These places are gone, but the idea of them is still there and makes people smile. The notion clearly indicates the chance of doing something about it. It can be used as an inspiration source for a new program, a new form in another place.

Speaking about the **'floating'** places they also use the past tense, but they are nostalgic and still rather upset about the alteration of the place. The place mentioned doesn't exist anymore in its shape, hence it cannot be brought back to life. Here also the anchorage in space is strong. The opinion expressed may be used as an indication for new programs and forms in other sites. The indication is more definite in comparison to dead places.

The **"lasting"** places are rather stable places in the urban system. People speak about them in a present tense and use them daily, meaning they have a strong anchorage to the contemporary reality. These are places that persist, no matter their shape or style. They are ingrained in the public mind and hence shouldn't be changed. There is no need to.

When it comes to the **"malleable"** places the stories are also in the present tense but we find traces of nostalgia, or better, a need for the place to alter a bit to still keep its presence in the collective mind without being neglected. People care about places. They are present in just the way they are. However, small changes are possible, people wouldn't mind improvements although only to a certain threshold.

The **"moving"** places are on the go. The stories about these places are projected towards the future. They are strongly anchored in time and place, but new ideas and proposals for the specific sites emerge, showing a will for future transformations. The notions may be used as inspiration for the very same place.

Also more general wishes emerged on the surface: the desire for more greenery in the city and for more direct contact with the immediate nature and with the lake. The public space that coincides with the local geography is most appreciated, even though it is felt that the city of Lugano does not make full use of it. What people look for are places of withdrawal, where objects and ornaments tell something, where the gaze is held for example by statues, windows, frames, doors, painted facades, graffiti, flowers. People miss

our floral portals, colored glass ceilings, patterned pavements... they miss the inventiveness of past movements with their fanciful life projects.

We conclude that the temporal aspect is not necessarily linked to the time of conception of a place or a building, but that it can rather be related to its cultural and emotional importance for citizens today, and hence to their internal worlds. This conclusion gives us new possibilities to handle the transformation of places.

CONCLUSION

We have presented an inquiry method in which citizens talk about their relationships to their built surrounding, raising problems, strengths, changes and dreams. It allows citizens to understand and describe their urban experiences and makes it easier for architects to recognize frameworks and rules inside the context in which they are asked to intervene.

We would like to underline three main results: First, **stories materialize**, also past ones, and they become visible identity points. Memories are not flying rootless in the air, but they can take tangible forms. Hence, we can locate them through their relationship with material situations, and this allows us to make the invisible stories present.

Secondly, a deeper urban portrait of the areas surrounding the three key projects is drawn by identifying local centres ('identity points') with their actual presence ('time') in the public mind, discovering furthermore that they are not only representational buildings and places, but also minor, less conspicuous venues, like bars and restaurants and anonymous buildings. These places are culturally and emotionally more important for residents and have a stronger anchorage in time and place. But their 'times' are independent from the date of conception and stylistic form. They can be animated and hence change their status of presence through new interventions.

Thirdly, identity places with a higher spatio-temporal relationality allow for more playful handling of changes by enacting linkages between past-present-future. As *reference points* for future developments they may ensure a certain continuity of thoughts and times enabling new interventions that are immediately integrated into the urban tissue supporting an overall positive urban transformation. Although they are not stable, identity points may still indicate which way to go, by offering a loose framework for new projects as part of an existing reality. We would therefore like to emphasize that the **identity points can be seen as switchers** in an urban reality (Weichensteller). Hence it is important to know which are the identity points in a context and how they

are inscribed in space and time, because their temporality, as described before, can inform planning and design processes. It might also help to decide when to protect, adjust or transform certain places. By acknowledging this aspect, we start to **understand the long-term tendency** of an urban system, that includes both subjective information (invisible emotional relations) and existing spatial relations.

We thus transcend the impetus of a spatial order and suggest to take also temporality as an inspiration source for new architectural projects. Using this awareness as a framework for new projects calls for thinking about new objects as being part of an existing reality, that is also made of various emotions, materiality and stories of places. Hence, a city's past offers inspirations and becomes a foothold for contemporary tasks, without wanting to recreate the past.

The outcome is another reading of today's reality, where artefacts - beyond functionality, form and usability - mediate between individuals and society, between past and present and represent the territory from the citizens point of view. In the view of this, we offer another view on the urban reality, grounding projects on the stories, not only the histories, of the places involved.

Through a dialogue within a specific spatial setting, we limited objective available data by positioning inhabitants in the framework of an emerging urban project and thus, acknowledging their role as co-creators of urban space, without removing the creative process of the architect that can be built upon this different urban portrait.

Based on the experience gained so far we argue that a narrative interview technique can be used to increase the context awareness. The method better supports small areas of observation, as it helps people to stay focused and tell more stories rather than just list places. We believe that this kind of analysis through the eyes of people, linked to memories of their lives and related to intervention areas, can be of incredible value for the architect. A personal, yet *multiple perspective* on the urban reality, through an intuitive understanding, might help to suggest new patterns or structures that respond to a larger group of people. This attitude allows both a more human-centred and context-specific approach to urban planning, which is of relevance beyond the city of Lugano.

OUTLOOK

We collected a variety of spatially located information in relation to emotions, sentiments and affections, but there is still the challenge in mapping that "lived space" without losing the essence of it. Thus the portrait needs

to be enriched by additional visual evidences (drawings, archival and/or contemporary photography) and deeper site observations (user behaviour, activity pattern, spatial orientation, stakeholder involvement). We propose that all this different information should find a common ground in the form of 3 storybooks, one for each key project. Pieced together by a new narration, they might help an overall social and historical understanding of the site to unfold.

The storybook will be an open story, a lived story, where the leading plot is composed by the story elements extracted from the narrative interviews. People's voices, that are embedded in specific places (Lefebvre, 1974), will be arranged in a simple sequence (ante-narrative). Their expressions will remain leading characters in the text, because they include more context, more meanings, motivations and attitudes, than mere descriptions of specific built elements. They describe best the way people live the city today. Otherwise, fine information like: *saying every day hello to the man who is selling chestnuts in front of the pastry shop, a child's accident with a car on the main square or citizens' project proposals* would be lost.

Our ambition is to create a city portrait out of what ordinary people appreciate, of how they lead their lives, rather than out of what experts see or want to see and represent. By acknowledging spatial narratives, the architect might be able to generate projects which emerge from within, recognizing the creative potential of the relational web inherent in the place. This 'collective frame', made of local knowledge such as emotional, visual, functional and spatial relations; could help and inspire architects and planners offering codes that await a translation into form.

ACKNOWLEDGEMENTS

We wish to thank our fellow researchers without whom this work would have been impossible.

REFERENCES

- Boje, D. M.** (2011) *Storytelling and the future of organizations: an Antenarrative Handbook*. New York: Routledge.
- Buchanan, P.** (2012) *The Big Rethink: The purpose of architecture*. *Architectural Review*, (April), pp. 2-9.
- Corner, J.** (1999) *The Agency of Mapping: Speculation, Critique and Invention*. In: Cosgrove, D. (ed.) *Mappings*. London: Reaktion Books. pp. 214-252.
- Frey D.** (1947) *Kunstwissenschaftliche Grundfragen: Prolegomena zu einer Kunstphilosophie*. Wien: Rudolf M. Rohrer Verlag, pp. 177.
- Jensen, O. B.** (2007) *Culture Stories : Understanding Cultural urban Branding*. *Planning Theory* (6), pp. 211–236.
- Lefebvre, H.** (1991) *The production of space*, Oxford. 1991. p. 38. In: Scrivener, A. (2004) 'Untitled (Experience of Place)', Köln: Walter König, p.157.
- Pearce Wickens, Margaret.** (2008) *Framing the Days: Place and Narrative in Cartography*. *Cartography and Geographic Information Science*. 35(1), pp.17–32.
- Polanyi, M.** (1966) *The tacit Dimension*. Garden City, N.Y : Doubleday.
- Rasmussen, S. E.** (1959) *Experiencing Architecture*. 2nd edition 1964, London: MIT Press.
- Rodriguez, A., Martínez, E.; Guenaga, G.** (2001) *Uneven redevelopment. New urban policies and socio-spatial fragmentation in metropolitan Bilbao*. *European Urban and Regional Studies* 8(2), pp. 161–178.
- Schatzi T. R.** (2003) *Nature and Technology in History*. *History and Theory* (42), pp. 82–93.
- Sorenson, E. R.; Jablonko, A.** (1975) *Research filming of Naturally Occurring Phenomena: Basic Strategies*. In: Margolis, E. ; Pauwels, L. (2011) *The Sage Handbook of visual research methods*. SAGE Publications Ltd, p.14.
- Tiessen, M.** (2007) *Accepting Invitations: Desire Lines as Earthly Offerings*. In: *Rhizomes*. Available from: <http://www.rhizomes.net/issue15/tiessen.html> [Accessed 14/09/2012].
- Yin, R. K.** (2003) *Case study research* (3rd ed.) Sage.
- White, E.** (1999) *Path – Portal – Place, Appreciating Public Space in Urban Environments*. Architectural Media Ltd, Tallahassee. Available from: <http://www.placesfromspaces.org.uk/members/Path%20Portal%20Place-%20E.%20White.pdf> [Accessed 14/09/2012].

APPENDIX 1

Levels of consciousness indicating culturally and emotionally important collective places for citizens with their diverse activity levels.

1 'dead' place	2 'floating' place	3 'lasting' place	4 'malleable' place	5 'moving' place
"There was a nice garden,..."	"There was a nice garden, we went always, I miss that atmosphere..., because today there is"	"There is a nice place, I go there, but in the past it was slightly better."	"There is the place, I came when I was a child, I do always come today."	"Here we have this wonderful building, I don't understand why they don't do anything about it."
It is a mere description of something that happened in the past. The place only exists in people's memory.	It is a mere description of something that happened in the past. The place only exists in people's memory.	The place exists in the same manner as in the story.	The place exists in the same manner as in story.	The place exists in the same manner as in story. Place is very present in people's mind as they feel the need to do something about it.
What they refer to is gone. There aren't necessarily physical traces anymore. We are <i>unable to be in direct relationship</i> with the artifact.	What they refer to exists in the form of an empty shell. One <i>is able to be in direct relationship</i> with the artifact.	What they refer to exists, is experienceable. One <i>is able to be in direct relationship</i> with the artifact.	What they refer to exists, is experienceable. One <i>is able to be in direct relationship</i> with the artifact.	What they refer to does not exist yet. A new 'image' emerges in the story (project proposals). One is unable to be in direct relationship with the artifact.
While speaking people are using the <i>past tense</i> . The discourse stops here. There is no direct link to the present, no desire for bringing it back to life.	While speaking people are using the <i>past tense</i> . There swings nostalgia in the people's voice. The desire to go back to life or stay alive.	While speaking people use <i>present tense</i> . There is no nostalgia. There might have been alternatives, but they are almost everyone the same (visible legacy). They can't be more what they already are.	While speaking people use <i>present tense</i> . There swings a kind of nostalgia in the voice for a past that makes the experiences not being the same for everybody.	While speaking people use an imperative or future tense.
The story indicates a lack of meaning in the contemporaneous reality. It can be an inspiration source for the setting of the program or form.	The story indicates a lack of meaning in the contemporaneous reality. It can be an inspiration source for the setting of the program and form.	There is no intervention really needed. It is appreciated the way it is.	There might be some minor changes needed.	It can be an inspiration source for new projects.

**JUSTYNA STAROSTKA**

Ph.D., Kozminski University,
Department of Management,
Warszawa, Polen

DIFFERENT APPROACHES TO DESIGN MANAGEMENT

– comparative study among Swedish
and Polish furniture companies

AV JUSTYNA STAROSTKA

Graden av kunskap om och intresse för design management skiljer sig från land till land. I Polen har mycket lite forskning gjorts inom detta område. Det största forskningsprojektet genomfördes 2007 av Institute of Industrial Design i Warszawa och visade att det finns en både brist på resurser och på specialistkunskaper om design management inom företagen. Dessutom finns många brister i samarbetsprocessen mellan designer och andra specialister, särskilt melland designer och personer som arbetar med marknadsföring. Denna uppsats presenterar resultaten av en jämförande studie bland svenska och polska designorienterade företag inom möbelindustrin. Resultaten kan trots detta vara till nytta också för andra branscher.

Design kan ha olika roller i en organisation. Den kan fungera som marknadsföringshjälp och designern kan fundera som ett pr-verktyg. Men designern kan också ha en mer omfattande

roll som produkt- och processutvecklare, vara med och föreslå nya tekniker eller material. På en tredje och mer genomgripande nivå kan sker designarbetet på ett mer strategiskt plan och arbetar nära företagsledning och marketing med hela affärsidén.

Enligt den redovisade studien använder svenska företag oftare designer på ett mer omfattande sätt, det vill säga enligt denna tredje nivå, medan polska fortfarande begränsar designerns roll till pr-personens. För att ändra på detta bör företagen börja:

1. Arbeta mer med externa och utländska designer.
2. Öka designerns ansvar inom företaget.
3. Lägga totalansvaret för designen av företagets alla produkter i händerna på professionella designchefer.

INTRODUCTION

In recent years design has grown to be one of the most important tools in winning the customers' attention and loyalty (Perks, Cooper, Jones, 2005). Properly used, it can turn into a strategic tool helping companies to gain a sustainable competitive advantage enhancing products, environment, communication and corporate identity (Sun, Williams, Evans, 2011). Companies become more and more aware of the benefits that design can bring into their actions, which is reflected in growing literature in this field.

At the same time, the level of knowledge and interest in design management differs from country to country. In Poland, very little research has been done in this field. The biggest research project conducted in 2007 by the Institute of Industrial Design in Warsaw indicated that there is a lack of resources and specialist knowledge on design management and many shortages in the process of collaboration between designers and other specialists, especially marketing managers. On the other hand, Sweden is well known for its excellent design and a lot of research in the field of design management knowledge has been done in this country.

The aim of this paper is to present the results of a comparative study conducted among Swedish and Polish design-oriented companies from the furniture industry. Research conducted by Swedish Industrial Design Foundation shows that in Sweden, the furniture industry buys more design than any other manufacturing sector (Nielsen, 2004). Despite the fact that analysis will be about only one sector, we think that some findings could be useful for other industries. We also aim to present managerial implications – by identifying gaps existing in design management practices, we intend to provide some recommendations and best practices.

LITERATURE REVIEW

Today design is not simply about aesthetics or making a product easier to use. The traditional role of design in business was on skills associated with the intuitive, visual and sensual ways of working (Cross 1993). Whyte, Salter & Gann (2003) suggest that leading companies recognise that design is an intellectual asset and they invest in extending this capability. The role of designer in a company is growing and those complementary design activities are from marketing, management and market research area. This shift is most recognizable in the new product development process, where the role of designer is most important. Perks, Cooper and Jones (2005) suggest that three distinct roles can be discerned: functional, integration and process leadership, where the last two being far away from traditional scope of designers'

work. Designers more often take actions to manage and lead the development process, along with non-design functional actions. Different roles lead to different management structures and the value of design management to business has been recognized for many years, as Bruce and Bessant (2002) put it: 'Good design does not happen by accident, but rather as the result of a managed process'. At the same time however, literature provides the view that the term 'design management' presents a significant challenge, as it contains a contradiction between the remits of the disciplines of design and management. Borja de Mozota (2003) stress that design is based on exploration and risk-taking, whilst management is founded on control and predictability.

DESIGN LADDER

The role of design is changing. However, there is a question of how fast companies adapt to this trend. As an answer to this issue, Danish Design Center developed a tool called 'the design ladder'. This is a four-step model for grouping companies' design maturity on the basis of their attitudes towards design. The higher a company is up the ladder, the greater strategic importance design will play. A company at the top level where design is seen as innovation considers design to be of such critical importance that it can reformulate some, or even all, aspects of its business. The designer works closely alongside the company's owners/management on complete or partial renewal of the total business concept. Companies on the 'design as process' step see design as an important aspect of its business – design is also incorporated into much of the corporate philosophy and integrated into the early stages of the development processes. Design is not a result but a method and the production outcome requires contributions from a range of specialists. Below this is 'design as styling', where design is seen solely as relating to the final physical form of a product. This can be the work of a designer, but is usually created by other personnel. 'Non-design' situation occurs when design is a negligible part of the product development process, usually performed by other professionals than the designer (Nielsen, 2008). Studies conducted by Swedish Industrial Design Foundation in 2004 and 2008 show that the general number of companies in non-design group is going down (27% in 2004 to 23% in 2008), at the same time the number of companies in the group 'design as strategy' is growing (22% in 2004 to 31% in 2008). (Nielsen, 2008). We don't have that specific information about Polish market, but we can assume that, due to the fact that Polish market is still in pre-maturity phase, those numbers can be significantly lower.

RESEARCH

Objective of our study was to empirically explore the nature of the current role of design within design-oriented companies ('design leaders') from Sweden and Poland¹⁾. This project was qualitative research aimed to compare managers' attitudes towards design; to look into existing processes in companies connected with design issues and to explore the different roles that designers play in organizations.

We've decided to narrow our study only to 'design leaders' in order to identify and compare best practices in both countries. In the process of selecting those companies, the following criteria have been taken into account: number of design awards ('Red Dot Design Award', 'The Design S' in Sweden and 'Dobry Wzór' in Poland), industry publications, consultations with design specialists and designers, companies' web pages.

In this research project 24 in-depth interviews were conducted among two groups of respondents: marketing managers/CEOs and designers. Interviews were carried out over a period of six months (from January to July 2010). Interviews were guided by a semi-structured questionnaire, ranged from one to two hours, were taped and transcribed. The broad themes of the questionnaire encompassed the following: company and respondent characteristics, attitudes towards design, design management, processes and strategies connected with design, the role of designer in a company and design-marketing interplay. In the next section we present briefly the results of our study. As this article is limited in space, we present main conclusions in three areas:

1. Definition and nature of design;
2. Design management;
3. The role and place of designer in the company;

Company names are omitted for confidentiality reasons.

RESULTS

THE DEFINITION AND NATURE OF DESIGN

Our project has shown many differences in almost all fields of our interest. The most fundamental area was the definition of design.

Among the Swedish respondents design was seen as a process referred mainly to the design of the product. Managers and designers emphasized the interdisciplinary nature of

the concept. Typical definition that was used by respondents can be presented as this:

Design is an interdisciplinary process of creating a product that is the answer to many questions. It is a system of creating products, when you think about everything; from materials through functionality, ergonomics. This process includes all of these aspects.

Most of the interviewees pointed to the fact that good project should be coherent with the brand and that design refers to the strategy and philosophy of the entire company, cannot be identified only with the product. One respondent described design as the essence of the brand, ensuring the consistency and clarity of communication and actions. The following quotation illustrates this point of view:

Design for me is the strategy of the company. (...) Design has an impact on the design of the product, but the product is a matter of secondary importance. Design allows you to specify certain values that the brand offers.

Polish respondents expressed more diverse opinions on how they understand the term 'design'. The main line of division concerned the definition given by the managers and the designers. Managers often identified design with the physical objects, referring it to the final result (product) rather than to the process. Statements often oscillated around expensive, luxury products, addressed to the affluent group of customers. This approach was very heavily criticized by Polish designers. They claimed that this perspective is causing that in general perception of people design is the 'art of making things weird and more expensive'. Polish designers understood design as a process with great social value. One of them gave the following definition:

Design is life. It's simple and modest life. It should serve this elderly lady that lives on the fourth floor.

The majority of designers claimed that their work is very important, because it is responsible for the whole human environment; many of them stressed this social mission of the designer's work.

Perhaps the discrepancy between the opinions of managers and designers on the merits of design stems from the fact that - as one respondent pointed out - in Poland, well-designed products are still rather luxury, and the design is an investment that increases the price of the products.

¹⁾ Research in Sweden was funded by the Swedish Institute via the scholarship from the Visby Program.

THE ROLE AND THE PLACE OF DESIGN IN THE COMPANY

This difference in perceiving the definition of design was reflected in different roles that designers play in companies in both countries.

Most of the Swedish interviewees agreed that design is now an essential tool for managing a company; a tool that improves functioning of the whole organization in all areas. As a result of this approach, designers were playing very important roles. In most cases they were involved in issues that go far beyond the traditional realm of their work. Despite the fact that the Swedish companies often worked with external designers, usually with one or more of them they were establishing very close cooperation. Often, these designers were invited to meetings of the company 'strategists'; referred to by respondents as: 'Design Advisory Board' or 'Board Product'. At these meetings, issues related to the development of new products, new trends, marketing, public relations were being discussed. In this approach, designers were consultants, advisors, while taking over the role of interpreters of market changes. One respondent described this phenomenon as follows:

Most of the companies that strategically approach design, receive help from designers who act like creative directors for these brands. For example, the company Offecct has Eero Koivisto who is a designer for them, but he is also the unofficial art director of the company...he leads them, advises them, looks at the ideas of others.

Respondents emphasized that in recent years, more and more companies have increasingly become a 'virtual enterprises', focusing mainly on designing and building a brand name, outsourcing production to external entities. This change has had a direct impact on expanding the requirements for designers work.

One of them said that today being a designer is like having several different jobs at the same time. He stressed that in order to convince the company to his concept, he often has to create an advertising campaign around his idea, allowing the company to immediately see the additional value of new product. It is also more often required to provide the technological know-how associated with the manufacturing process or the materials used. Those changes are well illustrated by the following quotation:



The myth of the designer doing a sketch on a napkin, in a bar somewhere, has nothing to do with reality. ... Companies now very often don't own production, don't have the knowledge, technological know-how, which means that we [designers] have to go to the sub-contractor to gain this knowledge to sell our idea to the specific company.

Polish respondents pointed out that in Poland awareness of the role and importance of design is now increasing, but – especially in the opinions of designers – is still at a very low level when it comes to proper understanding of the nature of design. The interviewees paid attention to the fact that public awareness of what is the subject of the designer's work is still rather limited. Designer is usually seen as an artist, not having anything to do with the reality of business. Polish managers confirmed these opinions – very often they argued that more and more companies are 'being forced' to start working with designers. These statements were revealing that in some cases establishing a co-operation with designers were not a result of company strategy, but rather more of external pressure, the result of design-related fashion.

As a result of this way of thinking, the majority of Polish companies are not making the most of opportunities offered by the design. The designer, even if it's pulled into action, still works as a stylist, concerned with issues related to the external appearance of the product:

In Poland there is still this perception that the designer is a stylist: 'We produce furniture, but more and more we have a signal that they are ugly, so we need someone to do it nice.'[...] In most cases it's still very schematic, stereotyped way of thinking and complete fear of doing something creative, something different.

Representatives of Polish companies were expressing opinions that design is very important marketing tool, claiming that the designer's name higher prestige of product, and thus the brand. Designers have criticized this approach, arguing that they are employed by manufacturers mainly just so the company can use their names and ultimately – to raise the price of the product.

EXISTING PROCESSES – DESIGN MANAGEMENT

In the majority of Swedish companies, design management structure was based around the position of design manager. Respondents emphasized that design management is not only about a product, but every aspect of the company matters – style, graphics, and ways of communication. All these

aspects must be subordinated to the essence of the brand and brand values. Typical in this respect was the statement of one of the managers:

In every decision we make, regardless of what it refers to, design is always present in this decision. It all starts with the 'design thinking'. Design plays a role in how we dress, what cars we drive, how our website looks like... Even this how we serve coffee and answer the phone - everything is design management, because you cannot stop the half way.

Respondents repeatedly emphasized that design must not only relate to all areas of the company, but also to all employees. In particular, it is important that at every stage of work, every employee feels like a co-author of a new product. One respondent described this as follows:

It's not just about that it was your idea, but this project must become a part of the entire company, so that every employee will identify with what you and your team are doing. [...] Every employee should feel somehow a part of this creative design process.

As emphasized by Polish respondents, the majority of Polish companies were formed in late 80', during the system transformation in Poland. Those businesses were funded mainly from private capital, with a critical role of the founders, who, in most cases, are very often still in charge, taking every decision, including those connected within the design management domain.

Situation described above relates mainly to small companies, larger companies usually situate design management in the responsibility of marketing department. One such marketing managers responsible for design, admits that the process of learning how to cooperate with designers usually takes place through trials and errors. Many respondents were stating that Polish companies don't have enough experience and know-how on how to cooperate with designers:

We have the money, we have the equipment, we have technical experience, but now there is all about the establishment of design with which we have no experience at all. We do not have the march of conduct, we do not know to what end who should decide whether the designer should have a main sentence, or the technologist, or perhaps the head of the company? We learn all this while we work, during trial and error.

Respondents often stressed that they have considerable problems in clarifying the expectations for designers, and that this often lead to conflicts and misunderstandings. In addition, one of the managers emphasized the fact that it is very hard to make everyone in the company to understand the essence and importance of design. Often, new solutions offered by designers, reluctantly accepted by other employees, are most often seen as 'hindering their work'.

Only two of the surveyed Polish companies had a position of design manager. The scope of their activities, however, differed greatly from the activities of Swedish experts. In Poland, design manager was the link between business and design, and the responsibilities of design managers were associated more with creating a corporate image, publicity and PR, than seeking innovation and building company strategy and culture based on design.

Table 1. Summary of main findings and conclusions

Area of interest	Main conclusions from Swedish respondents	Main conclusions from Polish respondents
The definition and nature of design	Design is an interdisciplinary process Design is a business tool used as a mean to reflect the essence of a specific brand	Design is a luxury product - in the opinion of managers Design is a social phenomenon aimed to improve life of ordinary people - in the opinion of the designers
The role and the place of design in the company	Design is regarded as a strategic tool Increased responsibilities of designers who are consultants, advisers Designers included in forming company strategy (Design Advisory Board, Product Board)	Poor public awareness of what is the essence of design and what is the object of the designer's work Designer is treated as a stylist Design is the foundation of marketing and PR activities
Existing processes - design management	Responsibilities for design in hands of professional design managers Design management connected with all aspects of the company, not just products Design becomes the responsibility of every employee	Design management in hands of business owners (small business), or the marketing department (larger companies) Lack of specialist knowledge on how to work with designers

Table 1 presents main conclusions from our study. We can observe considerable differences in perceiving the role of design, the role of designer in the organization and also different approaches to design management.

Source: own study based on research.

CONCLUSION

There are many roles that design can play in organisations. It can be source of good marketing strategy, and designer by himself can be a promotional tool for a company. Thanks to those actions companies can gain publicity, media attention and good PR.

On the second level, design can be perceived as ‘process of making things better’. In this case companies can achieve more effective product development process, new tools and technologies.

On the third level we have the situation when designer work alongside with company managers with the whole business concept. At this level, designers’ work looks more like a brand consultant, a strategist. In this approach design should be reflecting certain brand name and brand values.

As our study presented, Swedish companies operate on those two, higher levels, while Polish still limit the scope of design. We strongly believe, that Polish companies, as they gain more experience with design activities, will be more likely to perceive design in this more mature approach. In the meantime, presenting best practices from companies from other, more mature countries could be a good way of promoting design as a strategic asset rather than promotional tool. We believe that in order to fasten this process, Polish companies should as follows:

1. Work more often with external and foreign designers;
2. Expand the area of designer responsibilities in companies;
3. Place the responsibility for design in hands of professional design managers.

REFERENCES

- Borja de Mozota, B.** (2003) *Design Management: Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*, Allworth Press, Canada
- Bruce, M. & Daly, L.** (2007) *Design And Marketing Connections*, *Journal Of Marketing Management*, vol. 23, no. 9–10
- Bruce, M. & Bessant, J. R.** (2002) *Design in Business: Strategic Innovation Through Design*, Harlow, London and New York, Financial Times/Prentice Hall
- Cross, N.** (1993) *Science And Design Methodology: A Review*, *Research in Engineering Design*, vol. 5, no. 2
- Dell’Era, C. & Verganti, R.** (2010) *Collaborative Strategies in Design-intensive Industries*, *Long Range Planning*, vol. 43 no 1
- Dell’Era, C., Marchesi, A. & Verganti, R.** (2008) *Linguistic Network Configurations: Management of Innovation in Design-Intensive Firms*, *International Journal of Innovation Management*, vol. 12, no. 1
- Dreyfuss, H.** (1967) *Designing for People*, Paragraphic Books, New York
- Nielsen, T.** (2004) *Svenska Företag Om Design – Attityder, Lönsamhet Och Designmognad*, Stiftelsen Svensk Industridesign, Stockholm
- Nielsen, T.** (2008), *Svenska företag om design*, Stiftelsen Svensk Industridesign, Stockholm
- Norman, D.** (2004) *Emotional Design. Why we love (or hate) everyday things*, Basics Books, New York
- Perks, H., Cooper, R. & Jones, C.** (2005) *Characterizing the role of design in New Product Development: An Empirically Derived Taxonomy*, *The Journal of Product Innovation Management*, vol. 22 issue 2
- Sun, Q., Williams, A., Evans, M.** (2011) *A Theoretical Design Management Framework*, *The Design Journal*, vol. 14, issue 1
- Ulrich, K. & Eppinger, S. D.** (2000) *Product design and development*, The McGraw/Hill Companies, Boston
- Verganti, R.** (2006) *Innovating Through Design*, *Harvard Business Review*, vol. 84 issue 12
- Verganti, R.** (2008) *Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda*, *The Journal of Product Innovation Management*, vol. 25, issue 5
- Whyte, J. K. Salter, AJ & Gann, D. M.** (2003) *Designing to Compete: Lessons from Millennium Product Winners*, *Design Studies*, vol. 24, no. 5

**MAGNUS ENEBERG**

Department of Design
Sciences, Lund University,
Lund, Sverige

ORGANIZATIONAL SENSEMAKING THROUGH ENABLING DESIGN SERVICES

AV MAGNUS ENEBERG

Industridesign har uppmärksammats, inte minst i affärspress och managementtidskrifter, som ett viktigt konkurrensmedel med en kreativ process som stödjer en innovationsdriven verksamhet. Inte sällan nämns begreppet designtänkande som ett sätt att hjälpa företag att bli mer kreativa och innovativa. Designtänkande har fört med sig fokus förflyttats från fysisk slutprodukt till aktivitet och därmed den kompetens och kunskap industridesignern bidrar med i kundföretag.

Designkonsultens erbjudande kan beskrivas som såväl avlastande som möjliggörande. En avlastande tjänst, vilket är logiken bakom outsourcing, innebär att ett företag utför en eller en serie uppgifter för en annan part. En möjliggörande tjänst innebär att ett företag deltar med sina kompetenser i kundföretaget med målet att gemensamt skapa kunskap i att utföra en uppgift på ett nytt och bättre sätt. Denna typ av tjänst är i högre grad relationsberoende och kan leda till lärande.

Studier visar dock att designkonsultföretagen har problem att få betalt för värdet av immateriella komponenter i sitt erbjudande.

En möjlig förklaring är att design fortfarande i huvudsak betraktas som en estetisk kompetens som levereras i slutet av en produktutvecklingsprocess. Detta tyder på ett problem i att skapa förståelse för industridesignerns bidrag och som en resurs som möjliggör utveckling och innovation i kundföretaget.

I artikeln jämförs utmärkande drag i den kompetens designern besitter med förutsättningar för meningsskapande (*sensemaking*). Syftet med denna jämförelse är att tydliggöra kopplingen mellan hur designerns kompetens och kunskap kan bidra till meningsskapande i klientföretag och därmed kundföretagets utveckling.

ABSTRACT

It is argued that the focus of design is becoming increasingly intangible. At the same time as design consultants are expanding their offerings with new services aimed at enhancing innovation and the strategic process in client firms, studies indicate that industrial design consultancies have a problem getting commissioned and paid for the intangible parts of their service. One possible explanation is that design is regarded as providing a relieving service that delivers aesthetic competence at the end of a product development process. This indicates a problem in communicating the contribution of enabling design services to client firms.

The aim of this paper is to increase the understanding of enabling design services. This is done by comparing the characteristics of design thinking, its methods and processes with sensemaking theory as described by Weick (1995).

INTRODUCTION

This paper presents and positions organizational change theory influenced by a sensemaking perspective with the concept of design thinking, two perspectives with different epistemological origins that seem to have common denominators. The results of a literature study regarding the characteristics of design thinking, and hence the competencies of the designer (Eneberg, 2011), are compared with the properties that Weick (1995) argues form the basis for a sense-making process. The purpose is to clarify the role of the designer in organizational sensemaking and thus the contribution to organizational development in client firms. Sensemaking theory originates from Weick (1995) who in this way brought social construction into organizational theory (Hatch, 2006). Basically, sensemaking highlights how individuals and society create each other. The individual makes sense of experiences through an ongoing inter- and intrapersonal dialogue, which in turn creates the culture of, for instance, an organization. This paper does not present a complete picture of design competencies, but aims to be part of an ongoing dialogue among design researchers and within the design industry about the enabling service contribution the industrial designer provides.

According to Verganti (2009) the essence of design is making sense of things. However it can also be argued that the designer can facilitate the sensemaking process through an enabling service, and that the artifact mediates the designer's interactions with and inside client firms. Designers have integrative and visualization skills that promote the negotiation of perspectives among organizational actors

and hence create affordance in the social environment (Norman, 2002). A service can be either relieving or enabling (Norman, 2001; Vargo and Lusch, 2008). A relieving service means that the supplying organization performs a task for the other party, which is the logic behind outsourcing. A relieving service can be exemplified by an industrial design consultancy performing some part of a product development process on behalf of a client firm. An enabling service, on the other hand, is more relationship dependent and based on cooperation between the supplier and buyer. The competencies of the supplier are applied in the customer organization with the aim of making some kind of improvement or change. Designers who use their competencies to facilitate a sensemaking process in client firms demonstrate an enabling service (Eneberg, 2011). This could further be exemplified with the designer using their visualization skills to externalize tacit knowledge and hence enhance interaction in client firms.

THE CHANGING FIELD OF ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT

One field in organizational theory that has been the subject of an intense debate, both in the community practicing it but also in the scientific community, is organizational development (OD) (Bradford and Burke, 2005; Marshak and Grant, 2008; Werkman, 2010). It has been criticized for its positivistic origin, relying on a methodology based on quantitative data in search of an objective truth in contrast to the subjective perception of organizational actors. Classical OD is argued to treat deviations from an objective truth as misperceptions that are to be corrected (Marshak and Grant, 2008). OD as a field is argued to be undergoing a change of its ontological view and the methodologies used (Bradford and Warner Burke, 2005; Marshak and Grant, 2008; Ford and Ogilvie, 1996). Part of this change is the acknowledgement that multiple realities can exist simultaneously among different organizational actors. Nonaka (2004) argues that organizational theory has been dominated by a paradigm that views organizations as closed systems that process information and solve problems in a simple input-process-output sequence.

According to Nonaka, individuals in an organization are co-creators of the problems that are to be solved and the information that is used in problem solving. The reality of a situation is the result of a negotiation among participating actors. This perspective is in line with Dewey's (1929) understanding of the internal and external world as something that is not complete but created through the

mediation of intentional operations. Action has always been an important part of OD. In literature about “new” OD, (inter)action and the facilitation of a sensemaking process (Weick, 1995) are at the very center of attention (Marshak and Grant, 2008; Werkman, 2010).

THE EXPANDING SCOPE OF DESIGN

The concept of design thinking has become popular not the least in business press (Carmel-Gilfilen and Portillo, 2010; Martin, 2010; Leavy, 2010; Ungaretti et al., 2009; Brown, 2008; Boland et al., 2008). One reason for the boosted interest in design thinking may be that it is argued to be a potent force for innovation (Verganti, 2009; Cooper and Press, 2001; Bruce and Bessant, 2002). Several scholars argue that the role of industrial design is expanding from being a product development oriented practice towards also contributing as a strategic resource of knowledge proposing new ideas and stimuli in client firms (Dellera et al., 2008, Valtonen, 2007). The aesthetic perspective is no longer as apparent as it used to be (Ullmark, 2007). With the changing role of design there is a need to understand the characteristics of design or in other words what is typically “designerly” (Rylander, 2011: Cross, 2006)

According to Buchanan (1995), the search for a new integrative discipline that will complement arts and sciences is one of the central themes of intellectual and practical life in the 20th century. By drawing attention to the concept of technology, as defined by Dewey (1929), Buchanan highlights the similarities between design thinking and experimental thinking. He emphasizes design thinking as integrative and universal in scope, not having a fixed subject matter and thus it may be applied to different areas of human experience. In addition, Buchanan argues that design thinking can be applied to different kinds of problems and that the meaning of design itself is expanding. Dewey signifies experimental thinking with what he calls “direct activity”, which he contrasts with “thinking” as something cooped up within the “mind”. In this sense, design *action* would be a more suitable term than design *thinking*.

Through a literature study I found that the concepts *integrative, collaborative and experimental* summarize the competencies of the designer (Eneberg, 2011). Design is integrative in that it integrates hands with thought and theory with practice. It is collaborative in that interaction between individuals is a necessity to solve the complex, open-ended problems they face. Finally, it is experimental in that its methods and processes aim at ingenuity and focus on how things ought to be rather than on how they are.

The integrative and collaborative characteristics of design are closely connected to the concepts of affordance (Norman, 2002) and what Döös (2007) calls “relatonics”; affordance in the sense of creating an environment that allows an individual to perform actions and relatonics as a key concept for organizations to develop competencies and hence facilitate innovation. From the perspective of relatonics, competencies in an organizational are constantly changing since they exist in relations between human beings. Individuals take their experiences and expertise with them when they enter and leave organizations (ibid.). According to Döös, “relatonics concerns the inter-related existence of ongoing relational processes that bear and develop competencies” (2007: 142). An individual’s understanding can be described as a thought network. Thought networks are “cognitive structures, open to change through the questions the individual poses, and as a result of the actions involved” (Döös, 2007: 146). Different thought networks merge in the relation and through interaction between individuals as a sensemaking process take place. With the help of the integrative and cooperative characteristics of design this interaction could be enhanced.

DESIGN THAT FACILITATES SENSEMAKING

Sensemaking takes place inside individuals and through interaction between individuals. Weick claim that individuals are active agents that construct sensible events and he argues for seven properties, which are grouped into 4 headings in this section of the paper. The properties that form the basis for sensemaking processes are 1) social and 2) grounded in identity construction, 3) ongoing and 4) retrospective, 5) enactment and 6) focused on and by extracted cues, and finally, that sensemaking is 7) driven by plausibility rather than accuracy. In the section below, Weick’s sensemaking properties are compared with Eneberg’s (2011) characteristics of design summarized as collaborative, experimental and integrative.

Social and grounded in identity construction

All humans have several identities, what Mead (1934) calls a *parliament of selves*. Identities are created in interaction with other individuals. The development of a common language and social interaction are vital components to maintain the network of inter-subjective agreements of which an organization consists. Within an organization, identities are partly constructed based on how the individual experiences how others view the organization (Weick, 1995). An organization that is perceived as creative enables the

individuals to project a creative identity. Designers are mostly known for being creative, and collaboration with a designer has the potential to help individuals inside an organization, but also end users, to project an identity of creativity.

Sawhney and Prandelli (2004) claim that new knowledge is created when it iterates between being tacit and explicit, that is, between being individual and social. Explicit knowledge is, as Nonaka (2004) argues by referring to Polanyi, transferable in formal language, while tacit knowledge is difficult to formalize and communicate through words. With the help of visualization, the designer facilitates the iteration between explicit and tacit knowledge. The designer internalizes (ibid.) explicit knowledge in a kind of dialogue with the object. Externalization of knowledge occurs when the designer facilitates an integration of different stakeholders in a process with the help of visualization skills (Eneberg, 2011). Boland et al. (2008) argue that multiple models evoke emotional involvement from participants, which facilitates the process and leads to several possible alternative explanations of a problem. Further on, the collaborative characteristic of design can be exemplified by how the designer aims to integrate dissimilar, often contradictory perspectives from different stakeholders such as limitations in production, communication requirements from marketing and branding, and the needs of the end user (ibid.). Visualization tools such as prototypes or sketches are often used during a design process. Several models are developed and each model represents an alternative perspective to be tested (Boland et al., 2008). This offers a potential to expose organizational actors to different perspectives. Thus, the collaborative characteristics of design (Eneberg, 2011) would question what is taken for granted in the client organization by introducing new perspectives at the same as it would enhance an institutionalization of new shared perspectives (Selznick, 1949).

Ongoing and retrospective

Weick (1995) argues that sensemaking is an ongoing process but at the same time, the ongoing flow of action is punctuated when we focus on the past from a point beyond it. It is in these moments that meanings are crystallized in, for instance, an organization. Weick claims, by referring to Berscheid, that arousal is triggered by interruption of an ongoing activity. Arousal leads to a search for answers and to make sense of the situation. Individuals understand actions after they have taken place. Attention is always directed backwards in time and sensemaking is based on the memory of what has already happened. Hence, everything that affects

the memory will influence a sensemaking process.

By moving into a fictive future, it is possible to make sense about what has not yet taken place (Weick, 1995). A focus on what has already happened leads to the problem of creating something new. Dunne and Martin argue by citing Pierce that “The process of forming an explanatory hypothesis is the only logical operation which introduces any new ideas” (2006:518). The experimental characteristic of design (Eneberg, 2011) highlights the skill of an abductive mode of thinking (Dunne and Martin, 2006; Ungaretti et al., 2009; Edeholt, 2004). Several hypotheses are often developed, each working as an argument in a dialogue with different contexts (Boland et al., 2008). In this way, several futures or as Simon expresses it, “how things ought to be” can be tested (1996: 114).

Enactment and extracted cues

As individuals we are often caught in a Cartesian anxiety and thus a mind-body dualism is created. We understand the world as stable and objective and hence are only on a quest to understand an objective and complete reality that we believe exists outside of ourselves (Weick, 1995). Another ontological perspective would be to understand the individual as co-creating the world at the same time as it creates us.

The inquirer’s relation to this situation is transactional. He shapes the situation, but in conversation with it, so that his own models and appreciations are also shaped by the situation. (...) he is in the situation that he seeks to understand. (...) he understands the situation by trying to change it, and considers the resulting changes not as a defect of experimental method but as the essence of its success (Schön, 1983: 150).

Sensemaking is often understood as the product of the process rather than the process itself. One reason is that sensemaking is instant as we use extracted cues that come from familiar structures created out of earlier sensemaking. The context of the situation is of significance since it is the context that determines what cues are to be extracted. The context also affects how we understand the situation. An event may have several meanings just as words may have several meanings depending on the context in which they are used (Weick, 1995).

During a design process, the focus is on the whole rather than on details to gain an overall understanding of different contexts relevant to the solution of a problem. The

designer searches for and matches patterns by relying on the brain's intuitive ability (Ullmark, 2007). Thinking with the hands facilitates intuition, integrating hands with thought (Eneberg, 2011; Boland et al., 2008). As mentioned earlier, Buchanan claim that design is an integrative discipline: "Designers are exploring concrete integrations of knowledge that will combine theory with practice for new productive purposes" (1995: 4). Ideas are formed at the same time as interaction takes place through the use of sketches and prototypes (Stolterman, 2007) and as reflection takes place in action (Schön, 1983).

Driven by plausibility rather than accuracy

Accuracy is not necessary in sensemaking. What is necessary is something that preserves plausibility, coherence, embodies past experience and resonates with other people (Weick, 1995).

What is necessary in sensemaking is a good story. (...) a good story, like a workable cause map, shows patterns that may already exist in the puzzle (...) patterns that could be created anew in the interest of more order and sense in the future (Weick, 1995: 60-61).

Design is experimental in nature (Eneberg, 2011) and designers are innovators intend to be engaged in the fuzzy front phase of various development and change activities in industry and society (Hargadon and Sutton, 1997). Innovators tend to be venturesome, use multiple information sources, and have a greater propensity to take risks (Ainamo, 2009). Designing is a divergent task, in most cases leading to several contextually dependent results rather than one correct answer; the designer is constantly switching between an open and inclusive creativity and a critical review (Ullmark, 2007). Past experience is embodied in sketches and prototypes and the physical object can be used in the creation of shared stories and plausible explanations in client firms.

CONCLUSIONS

The seven properties of sensemaking have been compared with the three characteristics of design thinking to reveal similarities and differences and hence the contributions of an enabling design service. An enabling design service involves elements of learning and interaction to a greater extent than a relieving design service and thus would create a greater value since it generates new knowledge and competencies in the client firm. In contrast to relieving design services,

the full potential of design is utilized in an enabling design service.

OD in contrast to design has had a history of treating deviations from an objective truth. Using a sensemaking perspective of OD moves the focus away from the search for an objective truth towards the existence of multiple perspectives. This view stresses that problems and the information used to solve them are not something that exists outside an organization but is co-created by the individuals inside the organization and the value network in which the organization participates.

Design on the other hand has had a focus on integrating dissimilar, often contradictory perspectives and contexts. The design consultant creates affordance when supporting an environment that allows the individual to perform actions and in this way facilitate the opportunity for different thought networks to merge and new competencies to be developed. In this context the design consultant would provide the client organization with a tool to enhance iteration between tacit and explicit knowledge, integrating hands with thought, and thus provide a common visual language that can facilitate intra- and inter organizational interaction.

Design education is argued to train students to become experimental and use an abductive mode of thinking with several explanatory hypothesis of the future. This could be contrasted to management education that often is characterized by an inductive or deductive mode of thinking. Since sensemaking takes place retrospectively (i.e. after an action has occurred), organizations would gain by using an abductive mode of thinking and hence the competencies of the design consultant in the OD process. By doing so, the ongoing flow of actions in the client organization is punctuated and the conditions created to present several fictional futures and contexts to be "tested" and meanings crystalized among the participants.

There is an obvious resemblance between the ontological and epistemological perspectives of organizational change theory influenced by sensemaking theory and the concept of design thinking. At the same time, they originate from dissimilar traditions and hence bring different methods and competencies to the table. In this paper some of the characteristics of design thinking have been discussed in a sensemaking context and hopefully this will contribute to the ongoing dialogue about the contribution of enabling design service in client organizations.

ACKNOWLEDGEMENTS

The author would like to express his thanks to VINNOVA (the Swedish Governmental Agency for Innovation Systems) and PIEp (Product Innovation Engineering Program), both sponsors of the research presented in this paper.

REFERENCES

- Ainamo, A. (2009) *Building the innovation factory: the people dimension*, Knowledge, Technology and Policy, 22(4).
- Boland, R., Collopy, F., Lyytinen, K., & Yoo, Y. (2008) *Managing as designing: lessons for organization leaders from the design practice of Frank O. Gehry*. Design Issues, 24(1), 10–25.
- Bradford, D., Warner Burke, W. (2005) *Reinventing Organization Development: New Approaches to Change in Organizations*. San Francisco, Preiffer.
- Brown, T. (2008) *Design Thinking*, Harvard Business Review, 86(6), 84–95
- Buchanan, R. (1995) *Wicked Problems in Design Thinking*. In R. Buchanan & V. Margolin (Eds.), *The Idea of Design: A Design Issues Reader* (pp. 3–20). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Buchanan, R. (2001) *Design research and the new learning*. Design Issues, 17(4), 3–23.
- Carmel-Gilfilen, C., Portillo, M. (2010) *Developmental Trajectories in design thinking*, Design Studies, 31(1), 74–91
- Cooper, R., Press, M. (2001) *The Design Agenda: A guide to successful design management*, Chichester, England, Wiley & Sons
- Cross, N. (2006) *Designerly Ways of Knowing*, London: Springer
- Dellera C., Marchesi A., Verganti R. (2008) *Linguistic Network Configurations: Management of innovation in design intensive firms*, International Journal of Innovation Management, 12(1), 1–21
- Dewey, J. (1929) *The Quest for Certainty: A Study of the Relation of Knowledge and Action*. New York: Minton, Balch & Company.
- Dunne, D., & Martin, R. (2006) *Design thinking and how it will change management education*. Academy of Management Learning & Education, 5(4), 512–523.
- Döös, M. (2007) *Organizational learning. In Educating the Global Workforce: knowledge, knowledge work and knowledge workers*, L. Farrell & T. Fenwick (Eds.) London: Routledge.
- Edeholt, H. (2004) *Design innovation och andra paradoxer – om förändring satt i system [Design innovation and other paradoxes – on change applied to systems]*. Doctoral dissertation, Chalmers University of Technology, Göteborg, Sweden.
- Eneberg, M. (2011) *The enabling service of the industrial design consultancy: a change of focus from goods to service dominant logic*. Licentiate thesis, Lund University, Lund, Sweden.
- Ford, C., & Ogilvie, D. (1996) *The role of creative action in organizational learning and change*, Journal of Organizational Change Management, 9(1), 54–62.
- Hargadon, A., & Sutton, R. (1997) *Technology brokering and innovation in a product development firm*. Administrative Science Quarterly, 42(4), 716–749.
- Hatch, M. J. (2006) *Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives*, (2nd ed.). Oxford University Press.
- Krippendorf, 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.
- Leavy, B. (2010) *Design thinking – a new mental model of value innovation*, Strategy & Leadership, 38(3), 5–14
- Marshak, R., & Grant, D. (2008) *Organizational discourse and new organization development practices*. British Journal of Management, 19, 7–19.
- Martin, R. (2010) *Design thinking: achieving insights via the “knowledge funnel”*, Strategy and Leadership, 38(2), 37–41
- Mead, G. H. (1934) *Mind, Self and Society*. University of Chicago Press.
- Nonaka, I. (2004) *A dynamic theory of organizational knowledge creation*. In K. Starkey, S. Tempest, & A. McKinlay (Eds.), *How Organizations Learn: Managing the Search for Knowledge* (2nd ed.), 165–201. London: Thomson.
- Norman, D. (2002) *The Design of Everyday Things*. New York: Basic Books
- Norman, R. (2001) *Reframing Business – When the map changes the landscape*. Chichester: John Wiley & Sons
- Olsson (Eneberg’s birth name), M., & Svengren Holm, L. (2009) *Strategic growth of industrial design consultancy – a study of changes in ID consultancy in a post-industrial society*. The 8th European Academy of Design Conference, Aberdeen, Scotland.
- Rylander, A. (2011) *Designtänkande – myt och möjlighet*, ADA, 20th of September, <http://www.adasweden.se/nyheter/branschspaning/designtankande-myt-och-mojlighet/> (retrieved September 20th, 2011)

- Sawhney, M., & Prandelli, E. (2004) *A dynamic theory of organizational knowledge creation*. In K. Starkey, S. Tempest, & A. McKinlay (Eds.), *How Organizations Learn: Managing the Search for Knowledge* (2nd ed.) (pp. 165-201). London: Thomson.
- Selznick, P. (1949) *TVA and the Grass Roots*. Berkley, CA: University of California Press.
- Schön, A. D. (1983) *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. London: Basic Books Inc.
- Simon, H. (1996) *The Sciences of the Artificial*, (3rd ed.). Cambridge, MA: MIT Press.
- Stolterman, E. (2007) *Designtänkande [Design thinking]*. In S. Ilstedt Hjelm (Ed.), *Under Ytan: en antologi om designforskning [Under the surface: an anthology on design research]* (pp. 12-19). Stockholm: Raster Förlag/SVID.
- Ullmark, P. (2007) *Forskning, design och konst [Research, design and art]*. In S. Ilstedt Hjelm (Ed.), *Under Ytan: en antologi om designforskning [Under the surface: an anthology on design research]* (pp. 20-29). Stockholm: Raster Förlag/SVID.
- Ungaretti, T., Chomowicz, P., Canniffe, B., Johnson, B., Weiss, E., Dunn, K., & Cropper, C. (2009) *Business + design: exploring a competitive edge for business thinking*. SAM Advanced Management Journal, 2, 4-11.
- Valtonen, A. (2007) *Redefining Industrial Design: Changes in the Design Practice in Finland*. Helsinki: University of Art and Design.
- Vargo S., & Lusch, R. (2008) *Why 'service'?*, Journal of the Academy of Marketing Science, 36(1), 25-38.
- Verganti, R. (2009) *Design-Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean*. Boston: Harvard Business Press.
- Von Wright, G. H. (1986) *Vetenskapen och Förnuftet [Science and Reason]* (3rd ed.). Borgå, Finland: Bonnier.
- Weick, K. E. (1995) *Sensemaking in Organizations*, (1st ed.). Thousand Oaks Cliff: Sage.
- Werkman, R. (2010) *Reinventing organization development: how a sensemaking perspective can enrich OD theories and interventions*. Journal of Change Management, 10(4), 421-438.

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

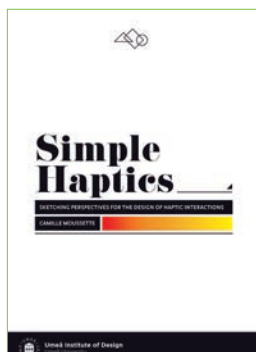
Nytt forskningsfält

Camille Moussettes avhandling i industridesign är den första vid Designhögskolan i Umeå och därför "en milstolpe för institutionen och dess forskning". Därtill blev han Designfakultetens senaste och åttonde designdoktor när han i oktober disputerade med *Simple Haptics; Sketching Perspectives for the Design of Haptic Interactions*.

I sin forskning har Camille Moussette undersökt hur interaktionsdesigner kan ta till sig läran om beröring för att utveckla gränssnitt och upplevelser som sträcker sig bortom traditionell visuell och formbaserad estetik. Att utveckla produkter som känns rätt ger helt nya både utmaningar och möjligheter än att utveckla sådana som "bara" ser bra ut. Ett exempel han nämner är hur ett säkerhetssystem skulle kunna varna en

SIMPLE HAPTICS

Författare: Camille Moussette
Utgivare: Designhögskolan, Umeå universitet, 2012



bilförare genom beröringssinnet.

– Jag har i avhandlingen använt konkreta exempel, riktlinjer och rekommendationer för hur en interaktionsdesigner kan gå tillväga när det gäller att utveckla beröringsbaserade produkter. Allt för att tillmötesgå det faktum att användare i allt större utsträckning interagerar med produkten genom beröring, berättar han.

Camille Moussettes ambition är att utveckla haptik, läran om effekterna av beröring, i ett designperspektiv som utgår från människans behov. Samt att inspirera alla typer av designarbetare till att värdera haptik som ett grundläggande element i alla nya designprojekt. Ett helt nytt fält, haptisk interaktionsdesign, ligger nu öppet...

Susanne Helgeson



MATERIAL MATTERS IN CO-DESIGNING
Författare: Mette Agger Eriksen
Utgivare: Malmö universitet, 2012

Materialpraktiskt

Mette Agger Eriksens avhandling *Material Matters in Co-designing* handlar kortfattat om kreativa samarbetsprocesser, i synnerhet det multidisciplinära designsamarbetet mellan designere, användare och andra aktörer. Som designdisciplin är området besläktat med till exempel traditionell industridesign, men har en annan praktik både i sin organisation och "socio-materiella" praktik, vilket Agger Eriksen undersökt. Med ett brett material och performance-perspektiv är ambitionen bland annat att bidra med materialpraktisk kunskap till framtida co-design-processer.

DEVICES

Författare: Martín Ávila
Utgivare: Göteborg universitet, 2012



Om samspelekaraktärer

I avhandlingen *Devices. On Hospitality, Hostility and Design* undersöker och diskuterar Martín Ávila möjligheterna att förstå och påverka artefaktors samspel med andra ting och människor. För att få grepp om de överlappande och föränderliga ekologier som skapas samt deras speciella avgränsningar, sammanhang och dynamiska beroenden, hämtar avhandlingen bland annat stöd från biologin och filosofin. Dessutom hämtar Ávila i sina resonemang inspiration från litteratur, designvärlden och samtidskonsten.

Själv beskriver han sitt tillvägagångssätt som "en rad olika experimentella designprojekt där samspelekaraktär, potential och risker har undersökts. För att skapa perspektivförändringar, generera nya möjligheter och få syn på konsekvenser har språkliga medel i form av prepositioner prövats i spelliknande situationer. Vidare har utvecklingen av olika typer av symbios studerats genom praktiska försök där en enkel och arketypisk artefakt, en radio, har fått hämta sin energi från olika naturliga och syntetiska källor".

Behov av förändring inom industrin

Hur skulle industrin kunna bli en mer attraktiv arbetsplats för ungdomar och kvinnor? Efter att bland andra Teknikföretagen formulerat frågan blev Åsa Wikberg Nilsson, avdelningen för Innovation och Design, Luleå tekniska universitet, inbjuden att bidra med sina kunskaper. Det hela handlade om hur design kan användas i förändringsarbete i projektet Framtidsfabriken, initierat av kollegor vid institutionen för Arbetsvetenskap. Detta pågick mellan 2008 och 2011 och i våras disputerade hon med sin avhandling *Rethinking Designing*.

Arbetet utgick från rapporter om att ungdomar väljer bort industriarbete och att kvinnor är i minoritet inom den svenska industrisektorn. Ambitionen var att utforma en vision för en framtida fabrik. Dock valde Åsa Wikberg Nilsson att fokusera processerna i en rad olika *design labs*, ett slags workshop, snarare är lösningar för en specifik bransch. Detta arbetssätt blev även den utvecklade metoden, det vill säga att jobba med framtidsvisioner. Och att varje deltagare i sin tur inom sin egen verksamhet arbetade med stegvisa förändringsaktiviteter för att realisera visionen.

I workshoparna fick bland annat chefer inom industrin möta arbetstagarer och fackliga företrädare i en rad olika så kallade framtidsverkstäder. I andra labs deltog gymnasieungdomar liksom kvinnor i ledade positioner inom industrin. I workshop-arbetet framkom både utopier och dystopier som användes för att diskutera konsekvenser och alternativa lösningar.

– Min största aha-upplevelse var när en enkel sak som att byta kön på en persona och tydligt visa hur könsrollerna fungerar, fick många att hajja till, berättar Åsa Wikberg Nilsson som idag även kan titulera sig teknologie doktor i industriell design.

Utifrån resultaten om möjliga framtidsscenarioer utvecklade hon sedan metoder, praktiska verktyg och riktlinjer för både innovativt och reflekterande arbete samt arbetsplatsdesign. Det teoretiska forskningsbidraget är sambandet mellan teorier och begrepp som förändring, lärande, genus och reflekterande design.

– Kort sagt ett mycket konkret och handfast projekt där det var väldigt givande att utforma och arbeta i de olika designlabben med olika deltagare, säger hon och fortsätter:



RE-THINKING DESIGNING

Författare: Åsa Wikberg Nilsson

Utgivare: Luleå tekniska universitet

– Jag har presenterat avhandlingen i en rad olika industrisammanhang och skulle i framtiden vilja följa upp hur det gick för några av de deltagande företagen, som redan dragit igång förändringsprocesser där mina föreslagna metoder används. Det är tydligt att det finns ett behov av förändring!

Susanne Helgeson

Nytt från Designfakulteten

Bo Westerlund, professor i industri-design vid Konstfack, blir ny föreståndare för Designfakulteten i februari 2013. Han efterträder Peter Ullmark, som då går i pension.

Designfakultetens antal doktorander ligger rätt konstant på cirka femtio. Hittills har åtta disputerat men nya tillkommer ständigt, detta trots att fakultetens verksamhet efter halvårsskiftet 2014 ter sig oviss. Vetenskapsrådet avsatte 5 miljoner om året under 2008–2012. Dessa pengar har dock använts på ett mycket kostnadseffektivt sätt vil-

ket inneburit att tiden för forskarskolan har kunnat förlängas. I dagsläget ytterligare ett och ett halvt år men arbete pågår för att skapa en mer permanent lösning på finansieringen.

Bredden på de ämnesområden som fakultetens doktorander fördjupar sig i är stor. Det bevisas inte minst av de senast tillkomna. Ariana Amacker och Andrew Whitcomb på HDK undersöker designforsknings- respektive designmetoder. Ulises Navarro Aguiars forskningsområde är Design and Organizational Change, Transforma-

tion Design. Elsa Vaara vid Mobile Life at the Swedish Institute for Computer Science (SICS) forskar om hur interaktionsdesign kan bidra till det faktum att vår upplevelse av tid spelar en central roll i våra liv och för vår hälsa. Medan Eric Snodgrass, K3 Malmö högskola, koncentrerar sig på medieekologi.

I oktober genomfördes halvdagsseminariet Designfakulteten – what's up? på Arkitekturmuseet i Stockholm där både dagsläget och nya utmaningar presenterades. Läs mer på: www.designfakulteten.kth.se.



FOTO: SIOGERD EICKMANS

Inspirerande World Design Forum 2012

Stora konferenser i alla ära men nog blir parallellsektioner och många sidarrangemang ofta rätt stressframkallande. En annan mötesmodell praktiseras på World Design Forum (WDF) med påfallande gott resultat.

WDF pågår en halvdag och består av ett femtontal framföranden på omkring tjugo minuter vardera. Varje inlägg presenterar ett projekt eller en problematik. Samtliga deltagare lyssar på alla inlägg, alla kan delta i de sammanfattade diskussionerna efter tre-fyra pass. Med en superproffsig moderator blir känslan av att man verkligen lärt sig något bestående, länge efteråt. Förra året var huvudrubriken *Care*, i år löd den: *Igniting social enterprise*, det vill säga alltsammans handlade om att entusiasmera och stärka organisationer och näringsliv i olika försök att få till stånd bättre relationer till användarna, till oss vanliga människor.

Detta med hjälp av forskningsinsatser, framför allt utförda av designforskare.

Publiken var en blandning av tjänstemän och beslutsfattare med olika funktioner i samhället, designers, akademiker, ekonomer med flera. De presenterade projekten sorterade under tre teman: lärande, medskapande och "antändande". Något framförande handlade om utveckla möjligheter för att odla mat i staden, ett annat om omvandlingen av ett fabriksområde i Arnhem till en fungerande bostadsmiljö, ett tredje om nätverket MAAT som arbetar med bättre vårdmiljöer inom Nijmegen-regionen. Mycket internt holländskt kan tyckas men faktum är att flera av projekten också verkar internationellt.

Trafiken i Rotterdam spelar huvudrollen i "1000 of the Algeria" men projektet kan tjäna som metodexempel även för oss. Här har massor av syn

Guldregn över Borås

Klädernas "fundamentala relation mellan kropp och rum" blir ett av huvudspåren i ett forskningsprojekt som snart startar på Textilhögskolan i Borås. I regeringens budgetproposition som presenterades i september tilldelades Högskolan i Borås 1 miljon kronor för konstnärlig forskning. Och strax därefter fick Textilhögskolan (vid Högskolan i Borås) ytterligare 3,2 miljoner för just konstnärlig forskning



FOTO: ULF NILSSON, MIMBILD

från Vetenskapsrådet. Pengarna ska gå till studier kring design, mode och de plagg vi har på oss.

– Vi ska utforska kläder ur ett interaktivt arkitektoniskt perspektiv. Rent konkret innebär det att vi kommer att göra experiment där vi placerar personer i olika situationer, klädda i olika slags textilier och icke-material. På så sätt kan vi utforska förhållandet mellan kropp och rum, berättar *Clemens Thornquist* (t v), professor i modedesign, som ska hålla i trådarna.

Forskningsprojektet genomförs i samarbete med Department of Architecture and Design vid Royal Melbourne Institute of Technology, Australien. Förutom *Clemens Thornquist*, ska också professor *Lars Hallnäs* samt ett antal av Textilhögskolans doktorander arbeta i projektet. Även en post-doc-tjänst ska utlysas.

Fler läsare framöver

Från om med detta nummer kommer forskningsdelarna av Design Research Journal publiceras elektroniskt, via LiU E-Press (www.ep.liu.se/index.sv.asp). Detta innebär att peer-review-processen och inlämning av forskningsartiklar för eventuell publicering kommer att förändras framöver. I och med detta blir publicerade artiklar fritt tillgängliga och sökbara i flera databaser och möjliga att ta del av för intresserade runt hela världen.

De övriga delarna av Design Research Journal kommer att finnas tillgängliga utan kostnad via SVID:s webbsida. Vi kommer under en period också att göra både en svensk och en engelsk version. Då kan allt i Design Research Journal läsas av fler; både skribenter, forskare och andra som är intresserade av att veta mer om designforskning.



World Design Forum 2012 anordnades för tredje året i Eindhoven, Nederländerna, i september. Ett koncentrerat program, intressanta föredrag och diskussioner samt inte minst insatsen från moderatorn (bilden längst t v). Designteoretikern, författaren med mera John Thackara gjorde tillställningen väl värd ett besök.

bland annat av det nederländska infrastruktur- och miljödepartementet och kallar sig "en oberoende internationell organisation där företagsledare och politiker med kraft av design och designtänkande formar en regional och globala agenda".

På webbplatsen finns massor av intressant läsning inklusive årets program med namnen på och adresser till alla föredragshållarna (se www.worlddesignforum.nl). Allt alltså, för den som är nyfiken på olika möjligheter till nya samarbeten mellan personer med skilda kompetenser både såväl inom forskar- och designvärlden som utanför.

Lotta Jonson

punker från brukarna samlats in på ett okonventionellt sätt. Nu söks designers och designforskare som vill hjälpa till att förverkliga några av de mest välförankrade förbättringsförslagen.

World Design Forum sponsras



Bäst i världen

Red Dot Design Award är om inte designens Nobel-pris så i alla fall en ärofyll utmärkelse inom branschen. Det delas ut av Design Zentrum Nordrhein Westfalen i olika kategorier, bland annat rankas olika designskolor i världen. Högst på listan placerades senast Designhögskolan i Umeå.

– 2011 var första gången vi fick en Red Dot, då blev vi tvåa. Vi var mycket nöjda då, men det är ingenting jämfört med hur glada vi är nu, säger skolans rektor *Anna Valtonen*.

Designutbildningen vid Umeå universitet har alltså lyckats överträffa några av världens mest prestigefyllda designskolor, till exempel Art Center College of Design i Pasadena, Los Angeles och The Royal College of Art i London. Studerande från Designhögskolan har dessutom vunnit Red Dot Awards i kategorin Designkoncept-kategorin tio gånger.

Design för ökat välbefinnande och tillväxt

I början av 2011 etablerades The European Design Leadership Board av den Europeiska kommissionen. Vi har skrivit om deras arbete flera gånger (se bland annat # 2.10 sidorna 20–23). The European Design Leadership Board ska formulera rekommendationer om hur design ska få en ökad påverkan på Europas innovationspolicyer. Men uppgiften handlar också om att utveckla en gemensam vision, prioriteringar och aktiviteter så att design ska kunna integreras i unionens innovationsarbete, Europe 2020, på lång sikt.

Ett av de första stegen i sammanhanget är rapporten "Design for prosperity and growth" som presenterades i Helsingfors 17–18 september. Design Research Journal var självklart där. Rapporten lyfter fram 21 rekommendationer inom sex olika strategiska områ-

den. Den pekar på behoven att skapa ramverk och infrastruktur som gör det möjligt för design att få en långsiktig påverkan på Europas innovationskapacitet. Förutom rekommendationerna i rapporten pekar The European Design Leadership Board även på behovet av ett starkt och tydligt ledarskap från kommissionen för att åstadkomma verklig förändring. Under presentationen av slutrapporten fanns i Helsingfors också en tydlig uppmaning till var och en, som på olika sätt jobbar med design och innovation, att använda sig av rapporten. Var och en kan utifrån sin egen verksamhet se den som inspiration till att ta itu med olika förändringar som kan behövas. Rapporten finns att ladda ner på www.svid.se.

Eva-Karin Anderman



Report and
Recommendations of
the European Design
Leadership Board

EUROPEAN DESIGN
INNOVATION INITIATIVE



Samtliga femton ledamöter i European Design Leadership Board har undertecknat rapporten, som de vill ska användas som inspiration.

Designagenda på g

Inom ramen för Vinnovas utlysning Strategiska forsknings- och innovationsagendor 2012 beviljades ansökan: "Design för ökad konkurrenskraft – en branschöverskridande forsknings- och innovationsagenda för kompetens- och kunskapsutveckling inom design." Avsikten med projektet är att skapa en tydlig vision om hur Sveriges konkurrenskraft kan stärkas genom design och dess effekter på innovation. Eftersom designbegreppet breddats och fördjupats till att nu omfatta processer som interaktions- och tjänstedesign finns ett allt större behov av en bred översikt, som också beskriver en vision samt talar om mål och behov av framtida åtgärder för att öka effektiviteten av design. SVID leder arbetet. Det bygger på workshops med användare, designföretag, design- och utvecklingschefer inom både privat och offentlig sektor, vars behov ska ligga till grund för agendan.

Hur ska designens utvecklingskraft tas i bruk? Hur bör den kommuniceras? Vilka övergripande forskningsbehov finns? Hur ryms dessa inom dagens innovationssystem? Vilka nya satsningar skulle kunna skapa konkurrenskraft? Så lyder några av frågorna som agendan ska svara på.

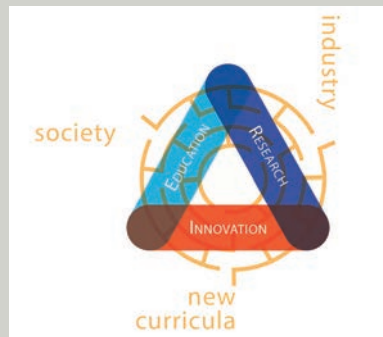
– Idag är det svårt att få överblick över vad som finns eller planeras när det gäller designforskning. Designforskningen finns finansierad inom en rad av Vinnovas forskningsansatser till exempel men sorteras inte inom designområdet. Det gör att den inte används i den utsträckning som vi tror är möjligt, säger *Eva-Karin Anderman*, programchef på SVID.

– Vi vill skapa en agenda med en tydlig överblick där berörda aktörer vet vart de ska vända sig för att bidra i processen kring en gemensam innovations- och forskningsagenda.

Lotta Jonson

Läs mer på:

www.designagenda.ning.com



Nytt nordiskt nätverk

För ett par månader sedan, 11-12 september, invigde det nya designnätverket Nordtek Design Network sitt uppdrag med workshop och seminarium. Vård för det hela var Industridesign vid Lunds universitet, där *Anders Warell* och *Viktor Hiort af Ornäs* höll i trådarna. Meningen är att designnätverket bland annat ska anordna årliga seminarier och workshop samt på olika andra sätt stödja samarbetsinitiativ i kunskapsströmlinjer bestående av forskningsenheter, utbildningsinstitutioner och

näringsliv. I detta samarbetar Warell och Hiort af Ornäs med kollegor i de nordiska länderna. Stipendier eller annan finansiering kan komma i fråga framöver för att stimulera innovativa kunskapsutbyten mellan akademi och privata och offentliga aktörer.

Nordtek Design Network stöds av Nordtek, som finansieras av Nordiska ministerrådet och representerar 23 tekniska universitet i de fem nordiska länderna. Meningen är att nätverket ska vara öppet och inkluderande. Alltså tas gärna idéer emot även från andra universitet än de som redan är medlemmar i Nordtek. Samt bidrag från andra offentliga eller privata intressenter.

– Alla berörda parter är välkomna att ansluta sig till nätverket för att delta, initiera och leda aktiviteter som fokuserar på samarbete och kunskapsutbyte, meddelar *Anders Warell* och *Viktor Hiort af Ornäs*.

För mer information: www.nordtek.net/project/design.html och www.norden.org.

Samarbete lönar sig

Samarbete är ett nyckelord för alla designkonsulter. Också en stor del av all designforskning beskriver situationer där samarbetet med till exempel vanligt folk, användarna, är absolut a och o. Men hur får man till stånd en fruktbar känsla av gemenskap, det vill säga den trygghet som krävs för att det där riktigt kreativa samarbetet ska komma till stånd?

På Helsinki Design Lab, som drivs av finska Sitra, har man funderat en del på den saken. Resultatet publiceras i *Creative Collaborations*, en liten skrift där nitton tumregler i ämnet formulerats. Författare är *Marc Downie*, *Shelley Eshkar* och *Paul Kaiser*. Tillsammans bildar de konstnärgruppen OpenEndedGroup, som genomfört en



lång rad tvärvetenskapliga konstprojekt under ett par decennier. Själva har de i dessa bland annat samarbetat med både dansaren

Merce Cunningham och teaterregissören *Robert Wilson*. Samt musiker, ljusdesigner, arkitekter, vetenskapsmän och tekniker. Det är i de oväntade mötena som kreativiteten föds, tycks både författarna och Sitra mena. Och framför allt, det kreativa samarbetet uppnås när människor interagerar. *Creative Collaborations* kan laddas ner på: www.helsinkidesignlab.org/dossiers/cc

7-9 JANUARI**ICoRD'13****MADRAS, INDIEN**

Tema: Global Product Development
ICoRD'13 är den fjärde i en konferensserie som återkommer varannat år i Indien. Några diskussionsämnen: design teori, forskningsmetodik, eco-design och design för hållbar utveckling.
www.icord13.iitm.ac.in

23-25 JANUARI**9th International Conference on Environmental, Cultural, Economic and Social Sustainability****HIROSHIMA, JAPAN**

Tvårvetenskapliga konferens för forskare, lärare och praktiker som delar ett intresse för hållbar utveckling i ett helhetsperspektiv.
onsustainability.com/conference-2013

5-7 FEBRUARI**Smart Design Conference 2013****SYDNEY, AUSTRALIEN**

Smart Design sammanför forskare och praktiker som vill dela FoU-resultat och erfarenheter inom design-, material- och teknikområdena.
www.uws.edu.au/hca/school_of_humanities_and_communication_arts/events/smart_design_conference_2013

6-7 FEBRUARI**First International Symposium for Creative Pattern Cutting****HUDDERSFIELD, STORBRIANNIEN**

Om kreativ tillskärning av mönster inom det samtida modet.
www.hud.ac.uk

6-8 FEBRUARI**IESS 1.3****PORTO, PORTUGAL**

4:e internationella konferensen om *Exploring Service Science* med ämnen som serviceinriktad arkitektur och mänskliga problem inom tjänstedesign service design med mera.
www.paginas.fe.up.pt

20-22 FEBRUARI**5th International Conference on Sustainable Construction and Design****GHENT, BELGIEN**

Om samspelet mellan akademisk forskning och industriella applikationer, som syftar till att skapa en plattform där dagens forskning möter morgondagens slutanvändare.
www.scad.ugent.be

21 FEBRUARI**Research Prototype Workshop****GHENT, BELGIEN**

Workshopen är en del av den femte konferensen om hållbart byggande och design (SCAD'13).
www.industrialdesigncenter.be/researchprototypes

6-8 MARS**Seventh International Conference on Design Principles and Practices****CHIBA, JAPAN**

Tema: *Enthusiasm*. Också professionella designer måste anpassa sig till nuet. Men vad är design idag? Vad vill designer helst forska om?
<http://designprinciplesandpractices.com>

8-12 APRIL**ICDE 2013****BRISBANE, AUSTRALIEN**

29th IEEE-konferensen behandlar konstruktion, utvärdering av avancerade dataintensiva system med mera.
www.icde2013.org

9-10 APRIL**9th SDeR Conference****AARHUS, DANMARK**

Tema för 9:e Student Interaction Design Research conference (SDeR'13) är *Empowering Interactions*. Interaktionsdesign genomsyrar allt; det finns få aktiviteter som inte på något sätt möjliggjorts genom informationsteknik.
sider2013.au.dk

15-16 APRIL**Ergonomics and Human Factors 2013****CAMBRIDGE, STORBRIANNIEN**

Konferensen omfattar flera sektorer där ergonomi och mänskliga faktorer studeras och tillämpas.
www.ehf2013.org.uk

17-19 APRIL**Crafting the Future****GÖTEBORG, SVERIGE**

10th Conference of the European Academy of Design. Tema: *Designerns praktiska kunskaper*. Hur kan dessa föras vidare och användas inom områden som innovation, affärsutveckling och social utveckling.
www.craftingthefuture.se

18-19 APRIL**2013 Design Business and Service Conference****ROM, ITALIEN**

Theme: *Design(ing) Business and Services*. Vill fördjupa förståelsen kring exempelvis utformningen tjänster och designtänkande inom näringsliv och servicedesign.
www.dbs-2013.com

27 APRIL- 2 MAJ**CHI 2013****PARIS, FRANKRIKE**

Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI 2013, handlar om att förändra perspektiv. Särskilt fokus på samhällnyttan inom till exempel design, användarupplevelse, hållbarhet, barn, dataspel och hälsa.
<http://chi2013.acm.org/>

30 APRIL**agIdeas 2013****MELBOURNE, AUSTRALIEN**

agIdeas 2013, Research Conference, Design for Business, tar upp bland annat branding, konkurrenskraftig designforskning och värdestyrd designforskning.
www.agideas.net/coming-event

14–17 MAJ**DRS CUMULUS Oslo 2013**

OSLO, NORGE

The 2nd International Conference for Design Education Researchers är en språngbräda för att dela idéer och koncept kring modern designforskning.
www.hioa.no/DRScumulus

15–16 MAJ**Product Design + Innovation 2013**

LONDON, STORBRIANNIEN

Tredje produktdesign- och innovationskonferensen undersöker hur produktdesign kan driva på den ekonomiska tillväxten. Riktat sig särskilt till utövande industridesigner.
www.pdesigni.com

15–18 MAJ**CAADRIA 2013**

SINGAPORE

18th International Conference of the Association Computer-Aided Architectural Design Research in Asia.
Tema: *Open Systems (in Practice)*.
Ämnen som tvärvetenskaplig designforskning inklusive nya designkoncept och -strategier, kundanpassning och användardriven design.
www.caadria2013.org

22–23 MAJ**Knowing (by) Designing**

BRYSSEL, BELGIEN

Konferensen "strävar efter att utforska hur forskningen kring kreativa metoder utvecklats – med särskild inriktning på arkitektur, design, konst och musik."
http://bydesigning.net

29 MAJ–1 JUNI**EDRA44Providence**

PROVIDENCE, RI, USA

Tema: *Healthy + Healing Places*.
Utformningen av landskap, byggnader och interiörer påverkar vår fysiska, sociala och emotionella hälsa – både på gott och ont.
www.edra.org/content/edra44providence

5–9 JUNI**CUMULUS**

KALMAR, SVERIGE

Tema: *Global Thinking – Local Action – Future Life*. För första gången ges en Cumulus-konferens i Sverige, på Linnéuniversitetet i Kalmar. Håll dig uppdaterad om programmet med föreläsningar och workshops på:
www.cumuluskalmar2013.org

9–13 JUNI**Nordes '13**KÖPENHAMN, DANMARK
MALMÖ, SVERIGE

The fifth Nordic Design Research Conference. Tema: "Experiment inom designforskningen: uttryck, kunskap, kritik." Nordes 2013 inbjuder formgivare och designforskare att diskutera de många olika aspekterna av designforskning som experimentell praktik.
www.nordes.org

17–20 JUNI**ACM Creativity and Cognition 2013**

SYDNEY, AUSTRALIEN

Tema: *Intersections and Interactions*. Konferensens huvudämne omfattar studier av kreativitet på ett individplan, inom en individ, ett team eller i en viss kulturell kontext.
www.cc13.creativityandcognition.com

18–20 JUNI**PIN-C**

LAHTI, FINLAND

3rd Participatory Innovation Conference, PIN-C, vill föra samman forskare, konstnärer, formgivare och praktiker. Konferensen kombinerar teorier och metoder som beskriver hur människor utanför en organisation kan bidra till att skapa innovationer.
Tema: *Participation as Performance*.
www.lut.fi/en/pin-c2013/Pages/Default.aspx

2–3 JULI**Include Asia 2013**

HONG KONG, KINA

2013 års internationella konferens har temat *Global Challenges and Local Solutions in Inclusive Design*. Include Asia 2013 markerar en viktig internationell utgångspunkt. Efter sex framgångsrika konferenser i London arrangeras årets konferens i Hong Kong under Design Week 2013.
www.hhc.rca.ac.uk/4989/all/1/include-2013.aspx

1–3 JULI, 2013**ISDRC19 2013**

STELLENBOSCH, SYDAFRIKA

19th Annual International Sustainable Development Research Conference syftar till att främja samarbete och dialog av hög kvalitet, bygga broar mellan olika forskargrupper och mellan forskningen och dess tillämpningar i samhället.
www.isdrc19.co.za

3–5 JULI**2013 Design 4 Health Conference**

SHEFFIELD, STORBRIANNIEN

Denna konferens syftar till att undersöka sambandet mellan design, hälsa och välbefinnande. Bra design kan ge omfattande fördelar för samhället, men hur utformar man metoder och processer som bäst möter de nya utmaningarna i vår tid?
www.design4health.org.uk

4–5 JULY**EKSIG 2013**

LOUGHBOROUGH, STORBRIANNIEN

Tema: *Knowing Inside Out*. EKSIG (Experiential Knowledge, Expertise And Connoisseurship) arrangeras av Design Research Society (DRS). Diskussion om bland annat designforskning inom områdena arkitektur, konstruktion, hantverk, media, performance, musik, konst, arkeologi, filosofi, utbildning, hälsa, kognitionsvetenskap, gastro-nomi och mycket annat.
www.experientialknowledge.org

Design kan förebygga psykisk ohälsa på arbetet

Trots att det är så vanligt med psykisk ohälsa är det sällan vi gör något åt det. Det tisslas och tasslas och många är rädda att vara öppna med sina erfarenheter. Inte minst i arbetslivet. Visste du att psykisk sjukdom är den vanligaste orsaken till längre sjukskrivningar? Enligt Försäkringskassans statistik är fyra av de fem mest förekommande diagnoserna vid sjukskrivning psykiatriska. Samtidigt finns det mycket kunskap om vad vi behöver göra för att förebygga sjukskrivning på grund av psykisk ohälsa i arbetslivet. Kunskapen finns där, men hur kan vi använda den?

De här frågorna jobbar jag med dagligen i projektet Hjärnkoll. Under sommaren som gått har vi prövat nya vägar för att använda den kunskap vi har och vi gick in i ett spännande arbete tillsammans med SVID, Previa och Swedbank. Konceptet kallas ”Som-mardesigntkontor” och det hela gick ut på att några studenter fick möjlighet att med designmetodik arbeta med frågeställningen hur man kan förebygga sjukskrivningar på grund av psykisk ohälsa som orsakats av arbetsrelaterade faktorer. Inte ett litet uppdrag direkt.

Designmetodiken visade sig vara en spännande och givande metod för att utveckla en idé till en tjänst. De tre studenterna *Disa Reutersvärd*, *Max Unestål-Ortlieb* och *Maria Björlund* kastade sig in i arbetet med en otrolig energi och entusiasm. Sju veckor hade de på sig. Och deras förslag var en låda. En första hjälpen-låda i psykisk

hälsa (se bilden). Något för arbetsgivaren att sätta upp vid kopian, eller på toaletterna. En första hjälpen-låda med konkreta råd till kollegor och chefer hur man ska agera för att stödja kollegor i riskzonen. Ett kreativt förslag där all den kunskap vi vet finns kan rymmas.



För mig är den tydligaste vinsten med designmetodiken dess fokus på slutanvändarna av produkten. Tidigt i projektet tar man reda på användarnas faktiska behov och skissar på idéer utifrån dessa. Ett mer traditionellt arbetssätt hade kanske varit att sammanställa den kunskap vi har i en skrift. Hoppas att någon läser och sedan be en stilla bön om förändring. Nu har vi istället en idé till en produkt och vi kan bjuda upp till dans med andra aktörer. Finns det tillverkare som ser potential

för en framtida marknad? Hur ser företag och offentliga organisationer på att till sin personal lyfta frågorna om psykisk hälsa? Och vilken potential ser företagshälsovården att utveckla sina tjänster för att stärka den psykiska hälsan på landets arbetsplatser. Vi ser redan nu ett stort intresse från många håll.

För oss har det varit givande att se att design öppnar möjligheter att hitta nya lösningar och att man med relativt enkla och självklara koncept kan skapa förutsättningar för att ta sig an komplexa och utmanande frågor. Det har gett mersmak och nya perspektiv till det arbete vi gör. Jag hoppas att en första hjälpen låda som denna kan bidra till att skapa samtal om psykisk hälsa och att öka vår handlingsberedskap i mötet med oss själva eller kollegor som är i riskzonen att bli sjukskrivna. Det är möten mellan människor som förändrar. Vi behöver alla våga fråga och vara kvar i det mötet. Där skapas grunden för ett annat samhälle där medverkan i arbetslivet inte bara är beroende av outsinlig prestation.

Rickard Bracken



Rickard Bracken är projektledare på Hjärnkoll, en nationell kampanj som drivs på uppdrag av regeringen av myndigheten Handisam. Målet är att öka kunskapen och minska negativa attityder till psykisk sjukdom. Hjärnkolls vision är att alla ska ha samma rättigheter och möjligheter oavsett psykiska olikheter.



Stiftelsen
Svensk
Industridesign

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