

Å se design som redesign

- Formgivingsdidaktiske betraktninger

Dette er en kortversjon av Jan Michls artikkel «Å se design som redesign», som tidligere er trykket i FORM nr. 5 / 2001. Vi publiserer den igjen fordi vi mener innholdet er like aktuelt i dag som for femten år siden.

Jan Michl

Vi som underviser i eller om design mangler et begrep som rommer mer enn designerens individuelle skaperaktivitet. Vi har behov for et perspektiv som fanger designaktivitetens essensielle uavsluttethet, det at ingen løsning blir den endelige løsningen, i motsetning til hva ordet design antyder.

Ordet design fanger godt det faktum at det vanligvis står én person med ansvar for det endelige produktet, og at designerens aktivitet resulterer i konkrete ting med endelig form, enten det handler om tegningene som brukes som underlag til produksjon, eller om det endelige produktet selv. Det som ordet er dårlig til å fange opp, og som ikke blir fanget opp av noe annet og like hendig begrep som ordet design, er hele den kollektive, kooperative dimensjonen av designaktiviteten som egentlig gjør designernes individuelle bidrag mulig. Ordet design har en tendens til å skjule at designeren er, og alltid har vært, kritisk avhengig av fortidens funksjonelle og formale løsninger, som utgjør utgangspunktet for hans forbedringer. Designverdenen har ikke noe som motsvarer forskningsverdens litteraturreferanser og kildehenvisninger.

Begrepet redesign har den fordel at det inneholder selve ordet design, samtidig som det forteller at designeren bygger videre på tidligere utført arbeid. Poenget er ikke å erstatte ordet design med ordet redesign, men å fremme et pedagogisk perspektiv der begrepet redesign blir et utfyllende konsept til begrepet design. Dette mener jeg er viktig bl.a. fordi redesignperspektivet gjør det betydelig lettere, både for blivende designere men også for publikum, å forstå hva designere egentlig gjør, og hva designkultur går ut på: at designere alltid bygger på andre designeres arbeid, at designprosessen i hovedsak består i forbedring eller videreutvikling av tidligere løsninger, og at alle nydesignede objekter følgelig har en stor historisk bredde og dybde.

Redesign er langt ifra noe nytt ord. Det har vært lenge i bruk i forskjellige designmiljøer, men i en annen, og på mange måter en motsatt betydning enn den som jeg synes er viktig å fremheve. Industridesignere har lenge benyttet ordet redesign i betydning av et unntak fra designregelen, dvs. til å beskrive en type designarbeid der oppdraget går ut på å forandre litt på løsninger som allerede foreligger, i motsetning til design som i prinsipp har med

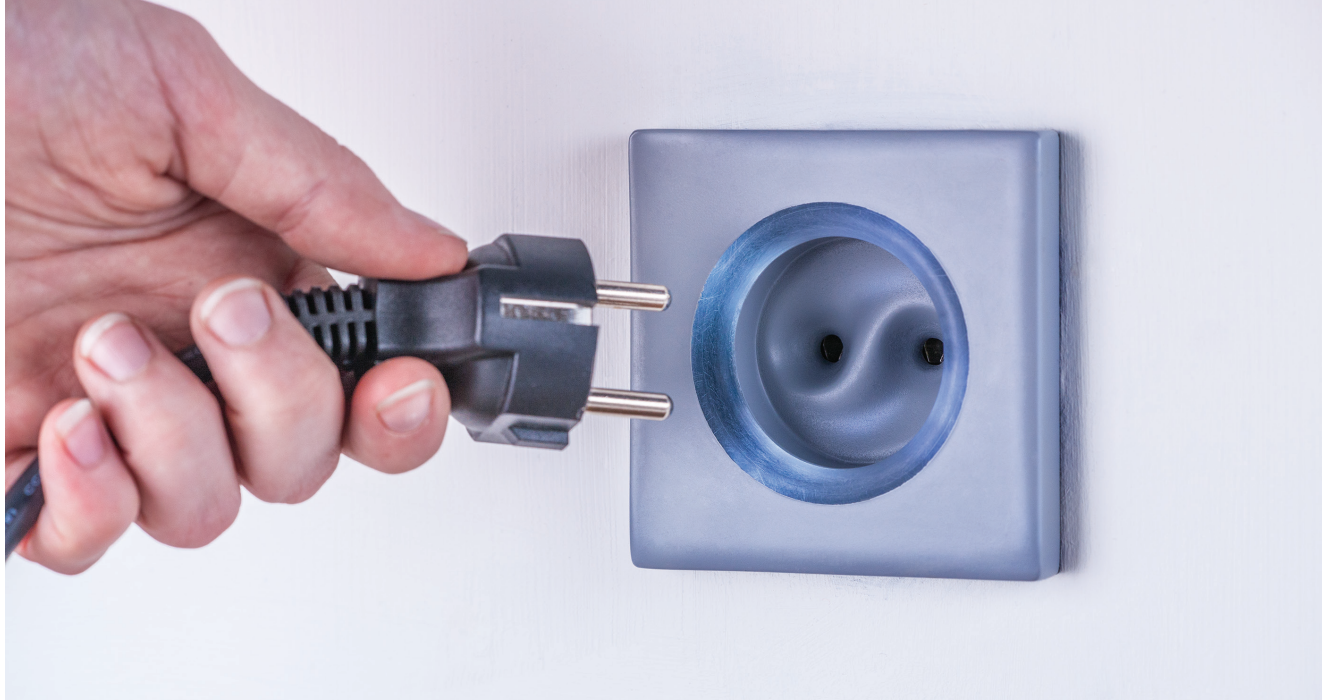
løsninger og produkter som ikke foreligger. I de siste 10 til 20 år er ordet redesign blitt godt etablert og flittig brukt også i andre miljøer, fremfor alt innen business management teori, og i det siste innen web-design. Også her blir ordet brukt i betydningen forandringer av kun eksisterende produkter og systemer, igjen i kontrast til begrepet design som oppfattes som utforming av ennå ikke eksisterende produkter eller systemer.

Denne etablerte bruk av begrepet redesign som kontrast til ny design er uten tvil praktisk og nyttig i klientsammenheng, i alle de situasjoner der man ønsker å skille mellom løsninger en bedrift eller organisasjon allerede har og trenger å forbedre, og det organisasjonen ikke har i det hele tatt. Men i en annen sammenheng - og her tenker jeg fremfor alt på designteoretisk og designhistorisk sammenheng, og på designundervisning i det hele tatt - blir den etablerte bruk av redesignbegrepet lite tilfredsstillende, nettopp fordi den skaper et feilaktig inntrykk av at det kun er i tilfelle redesign at designere bygger på tidligere løsninger, mens når man driver med design så gjør man ikke det.

«Everything made now is either a replica or a variant of something made a little time ago and so on back without break to the first morning of human time.»

George Kubler, kunsthistoriker, 1962

Redesignbegrepet, slik det foreslås her, minner om at alle designere, de fremragende like mye som de middelmådige eller de dårlige, alltid bygger videre på, modifierer og viderefører andre designernes arbeid. Selv om dette er den dagligdagse realitet som alle er kjent med blir den langt på vei fortrent, tydeligvis som resultat av fokuseringen på kun den siste designerens individuelle bidrag. Når man ønsker å ta opp til drøfting det faktum at designere bygger på andre designeres løsninger viser det seg at vi ikke har et saklig begrepsapparat til drøfting av denne realitet. Vendingene som vi bruker når vi snakker om dette er å bli påvirket, å la seg inspirere, å ta over en løsning, å ta utgangspunkt



Stikkkontakten Flow er designet av Nima Shahinian og er et godt eksempel på hvordan produktdesign gjerne handler om å redesigne - fornye og forbedre et allerede eksisterende produkt. Flow har en spiralform rundt hullene som støpselet skal inn i, og formen gjør at brukerne vil treffe hullene uansett hvordan støpselet settes inn. Illustrasjonen er valgt av FORM. Nima Shahinian har tidligere blitt intervjuet i FORM nr. 4 / 2015. Foto: August Lundberg

i. De brukes ofte med en unnskyldende (eller beskyldende) undertone. Det er som om designeren burde være 100% original i betydningen av å begynne fra null, dvs. skape kun ut av sitt eget alenskaperhode.

Designundervisning fører riktignok til at studentene forstår at man alltid bygger på fortiden, at design handler om forbedring av tidligere løsninger, enten det er snakk om andres eller ens egne løsninger. Men til tross for det henger alenskaper-forestillingen igjen som et slags skjult ideal, som sjelden blir imøtegått på et teoretisk nivå. Vi kan gå så langt som å si at designteorien som er utslagsgivende ved de fleste designskoler, har utelatt en gedigen del av virkeligheten til fordel for en ønsketekning. Hvis ikke studenter får klar beskjed om at upåvirkbarhet er et falskt og forkastelig ideal, og at design egentlig er like mye et kollektivt som det er et individuelt arbeid, at man er både skaper, omskaper og medskaper, og at de tre ikke kan skilles fra hverandre, gjør vi lærere livet vanskelig både for oss selv og for studentene.

Studentene bør få vite at det som teller ikke er hvorvidt en løsning kommer fra andre eller en selv, men hvor bra resultatet til slutt blir, uansett hvorfra løsningene kommer: det er jo produktet, ikke idéenes opprinnelsessted som teller. Får ikke studentene høre dette ofte nok fortsetter de å satse på uoppnåelige mål, der visjoner av originalitet basert på skapelse fra null fremdeles er en av de fremste, samtidig som de blir forfulgt av dårlig samvitthet for ikke å ha oppnådd dem. Slike idealer gjør samtidig det pedagogiske arbeidet vanskelig fordi hvis en student setter sin egen originalitet som mål, forsøker han eller hun, logisk og naturlig nok, å verne om sin individuelle kunstneriske «uskyld» mot hva han oppfatter som skadelig ytre påvirkning. Dette innebærer m.a.o. grunnleggende motforestilling mot å lære - fordi det å lære alltid innebærer å bli påvirket av andre, og å overta andres løsninger, og fremgangsmåter. Ut fra forestillingen om hva man kan kalle solokreativitet kan studenten i verste tilfelle oppleve læresituasjonen som en krenkende innblanding i sitt indre anliggende. Heldigvis er designskolene med sin pragmatiske orientering mindre utsatt for slike farer, enn f.eks. kunstakademiene der den schizofrene holdningen til å lære og bli lært er mer akutt.

En av mulige grunner til at redesignperspektivet ikke er en naturlig del av et helhetlig syn på design er at designere alltid har sett opp til såkalte frie kunstnere. Som kjent kjempet malere og billedhuggere sammen med sine forbundsfeller helt fra renesansens av for en høyere sosial status ved å få gehør for sin idé om at deres yrke i overveiende grad hadde en intellektuell, vitenskapelig og spirituell, snarere enn manuell karakter. Som følge av denne streben kom de fra 1700-tallet til å bli oppfattet som representanter for en egen ny, høyere kategori av kunsten, nemlig den skjønne eller frie kunsten. Med dette ble imidlertid andre formgivere sittende igjen i den gamle og nå lavere kategorien av kunsten, dvs. kunsten som i motsetning til fri kunst hadde med praktiske behov å gjøre, som var ment til å tekkes brukere, og som bygget på redesignprinsippet snarere enn på fri skaperkraft. Designere viser med jevne mellomrom at de ikke helt trives med deres identitet som de oppfatter som annenklasser (med de frie kunstnere på førsteplass). De har vist interesse for å flytte identiteten sin nærmere den frie kunsten, bort fra nyttekunsten og bort fra både det faktum at designere arbeider med praktiske ting og at arbeidet deres har karakter av redesign, bort fra stemplet at de ikke er skapere men kun omskaper og medskaper.

En annen mulig årsak til at redesignperspektivet kun i liten grad har nådd frem kan ha med vårt samfunns enorme fokusering på alt som er nytt: det høres ut som om vi er omgitt av kun nye ting. I de aller fleste omtaler av design innen dagens media - enten det handler om kommersiell eller estetisk side av objektet - understreker man de trekk som gjør objektet til noe nytt, mens man lar ligge hele det kolossale antallet løsningselementer som er overtatt fra tidligere produkter. Nyhetsverdien er mest sentral i den kommersielle sammenheng: man markedsfører varene ved å trekke oppmerksomhet til nye former, nye materialer og nye teknologier - fordi vi som kjøpere har lært oss å forvente at det nyeste er det beste. Reklamefolk er vanligvis forsiktig med å beskrive nye produkter som «forbedret», siden det har ulempe av å kaste noe problematisk lys på produsentens tidligere produkt.

>>

Enda en mulig årsak er at så snart en designer blir gjenganger i media, kan hans eller hennes navn utnyttes til å høyne produktets salgsverdi. Denne name-dropping, det å selge produktet ved hjelp av designerens navn, styrker ytterligere illusjonen om at produkter har én klar og tydelig opphavsmann. Tidligere versjoner av produktet blir nesten aldri vist. Ved at produktet kobles til kun ett designnavn, blir det glattet over at produktet oftest er et resultat av et samarbeid, og at det kanskje helt burde kalles et kollektivt arbeid, men kollektivt arbeid oppfattes tydeligvis som noe som kolliderer med forestillingen om at kunstverk kun har én skaper. At den franske stjernedesigneren Phillipe Starck har et helt team av samarbeidere som sørger for at mesterens estetiske objekter fungerer praktisk og lar seg produsere, er i salgs- eller promosjonsøyeblikket uvedkommende. En slik kunstobjekt-lignende presentasjon som skilter med navn forsterker derfor ytterligere inntrykket av at produkter er helt nye objekter. For ikke så lenge siden, før feministiske perspektiver på design begynte å gjøre seg gjeldende, hørte vi mye om Alvar Aalto, men ikke så mye om hans kone og samarbeider Aino Aalto, om Le Corbusiers møbler, men ikke så mye om Charlotte Perriands bidrag til Le Corbusiers møbeldesign, om Charles Eames men ikke så mye om hans kone Ray som var hans nære samarbeidspartner. Dette tror jeg faktisk var mindre resultat av en mannlig sjåvinisme, og mer et følge av den innarbeidede tankegangen om at hvis et objekt skal selges som et tilnærmet kunstverk så forventer publikum at det kun har én opphavsmann, og ikke to eller flere; ellers føles det ikke riktig som et kunstverk.

Det er viktig å ikke oppmuntre en hysterisk holdning til kreativitet og originalitet, noe designskoler ofte, kanskje utilsiktet, fremmer. Å forstå og akseptere at man som skaper alltid, til enhver tid og uten unntak, begynner fra andre menneskers designløsninger, at man alltid bruker andres oppfinnelser - og at man ikke kan unngå det, og at dette hører til selve essensen av yrket - alt dette gjør at man lærer å sette pris på andres enorme bidrag til suksessen av ens egne designresultater. Denne innsikten åpner for viljen og motivasjonen til å lære av andre uten følelse av at dette ødelegger uskyld og originalitet. Det er først når man innser at ens egen design er et ledd i en redesignprosess uten ende, at det blir mulig for en å bli kritisk til hva man selv tar med seg av andres løsninger. Man kan da styre sitt arbeid bedre, fordi man bedre forstår hva man gjør.

Å se design som redesign er å se skaperen som omskaperen og som medskaperen. Men skaperen blir på ingen måte borte i redesignperspektivet. Man kan riktignok ikke være skaper uten å være omskaper og medskaper. Men man kan heller ikke være omskaper og medskaper uten å være skaper.

Jan Michl er professor emeritus i designhistorie og designteori ved Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo (AHO), Institutt for form, teori og institutt og professor II ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU) i Gjøvik.

Teksten er redaksjonelt forkortet til ca. 1/5 del av dens opprinnelige lengde. Artikkelen i sin helhet kan leses på:
<http://janmichl.com/nor.redesign.pdf>

Redesign for en lang brukstid

Det er mange arbeidstimer som går med for å lage ett klesplagg. I Norge i dag betaler vi en pris for klær som ikke er i nærheten av det vi selv ville fått i lønn for tilsvarende arbeidstimer. Bare det å klippe og sy en helføret kjole kan fort ta tjue timer, og da er dyrkingen eller produksjonen av tekstilfiberen, spinning, veving, farging av stoff, utarbeidelse av design og tegning av snittmønstre ikke medberegnet. Du kan regne på hva du selv ville hatt for å jobbe i tjue timer.

Hadde vi altså hatt hele tekstil- og klesproduksjonskjeden i Norge, ville klærne vi kjøpte i butikkene hatt en mye høyere pris, jeg vil anslå en tjue-doblet pris. Kjolen til åtte hundre ville ha kostet seksten tusen. I så fall tror jeg vi ville brukt mer tid og ressurser på å ta vare på, reparere og forlengre brukstiden til klærne våre. Dette gjør vi per i dag med yndlingsklærne våre. Undersøkelser på tilknytning til objekter viser at vi får sterke emosjonelle bånd til objekter vi blant annet har knyttet minner til eller der vi har vært aktive i forbindelse med produksjonen av objektet. Favorittplaggene våre er vi villige til å investere i reparasjoner på og vi er mer forsiktede med dem under bruk, vask og stell.

Det er i sammenhengen med å forlengre brukstiden av klær jeg ser redesign og omsøm som en hensiktsmessig investering. Redesign og gjenbruk av klær løser i seg selv ikke problemene med forurensning av naturen og moderne slavearbeid som overproduksjonen og overforbruket av klær medfører. Det er jo på grunn av overfloden av så alt for billige klær, at vi kan velge og vrake i hauger av klær som andre har kastet og leke oss med saks, nål og tråd uten å være videre bekymret om omsømsprosjektet ikke blir så vellykket. Redesign og omsøm kan være en bærekraftig aktivitet om det dreier seg om å gi et klesplagg muligheten til å bli brukt til det er utslitt. Klær kan komme ut av bruk fordi de ikke lenger føles bra å gå med slik de ser ut, men materialene plagget er laget av kan fremdeles være fullt brukbare. Da er det hensiktsmessig å redesigne plagget og gi det et nytt liv i en ny og omvandlet form som kjennes dagsaktuell for den som skal bruke plagget.

Redesign og omsøm av klær er en direkte måte å komme på innsiden av klærne på og forstå noe om hvordan de er laget. Ved å sprette opp deler av et ferdigsydd klesplagg for så å sette deler sammen på en ny måte kan man lære seg sømtekniske triks underveis og se hvordan stoffstykkene er klippet for å danne ulike tredimensjonale former.

Tilslutt vil jeg gi deg et tips til hvordan du kan bruke avklipp og rester når du redesigner: Tegn en form som kan kopieres og som danner en flate når de legges ved siden av hverandre (for eksempel en trekant). Klipp opp avklippet ditt i denne formen og sy sammen til en metervare, som du så kan sy nye klær av. Lykke til med din up-cycling!

*Veronika Glitsch
Klesdesigner, redesigner og skredder.
Stipendiat ved doktorgradsprogrammet for kulturstudier,
Høgskolen i Sørøst-Norge.*