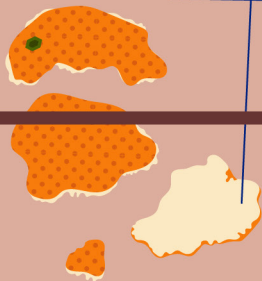
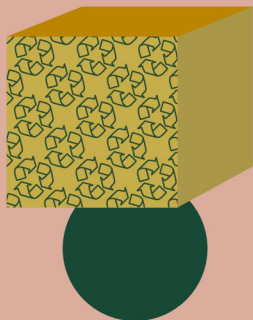
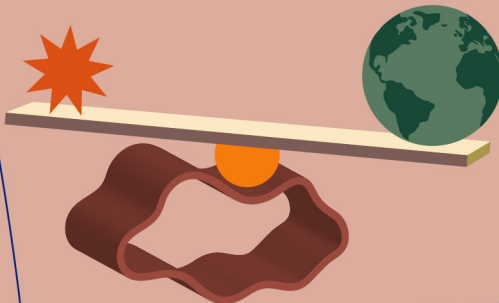
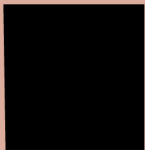


Vad är grejen med design?

EN HANDBOK FÖR NYFIKNA



Vad är grejen med design?

EN HANDBOK FÖR NYFIKNA

Innehåll

6

Introduktion

13

Design – hållbar
eller utbytbar?

23

Design i kristider
– förödande
konsekvenser eller
spännande nytänk?

8

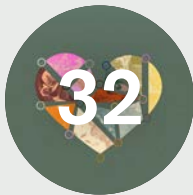
Vad är design?

18

Plast – från utopi
till dystopi

28

Varumärken
– inspirerar eller
claimar?



**Design som socialt
verktyg – rum som
förener eller hotar
vår integritet?**



**Design för
(o)trygghet**



**Design och
offentliga rum
– för alla och envar?**



**Aktivism – design
som påverkar**



Efterord



Referenser

INTRODUKTION



Har du kanske funderat över varför trender kommer och går? Varför vissa ting anses exklusiva och andra vardagliga? Du kanske har undrat över varför en designer valt en viss form, färg eller material för ett objekt? Design används i alla möjliga sammanhang, och det kan vara knepigt att begripa hur något som rör allt från mode till brottsutredningar kan ingå i ett och samma begrepp.

I denna handbok får du genom olika exempel lära dig om design ur olika perspektiv. Att förstå och tolka sin omvärld är en viktig förmåga i ett alltmer komplext samhälle där design kan hjälpa oss, stjälp oss eller bara uppmärksamma oss på saker vi inte sett förut.

INTRODUKTION

Handboken tar upp exempel på design i vår samtid, men ger också historiska berättelser för att ge ett sammanhang om hur då och nu kan hänga ihop. Designens uttryck varierar in i det oändliga, och i stället för att presentera genrer, stilar och designområden bjuder vi in till åtta teman som beskriver några av våra samtida utmaningar.

Handboken är för dig som är nyfiken på området design och hur design relaterar till vår omvärld. Kanske är du studerande och vill hitta ingångar till området eller bara nyfiken på design i allmänhet? I de olika avsnitten får du möta exempel på designföreteelser

som tematiskt hör samman – men som kan skilja sig milsvitt i form, funktion och estetik. Till varje avsnitt finns frågor som kan vara ett personligt stöd i att fortsätta reflektera och tänka kring design och dess roll i vår samtid. Om du använder dig av boken i din roll som pedagog kan frågorna inspirera till fortsatt arbete med de olika områden som presenteras. Med förhoppning om att handboken kommer dig till glädje!

Konsulenterna samtida konst, arkitektur, form och design på Förvaltningen för Kulturutveckling i Västra Götalandsregionen, Göteborg 2021

”att förstå och tolka sin omvärld är en viktig förmåga i ett alltmer komplext samhälle...”

Vad är design?

Design används i stort sett inom alla företag eller organisationer i dag. Det är inte helt lätt att fastställa vad design är för något, eftersom det inte finns någon exakt enighet om vad ordet innebär. Design förknippas ofta med estetiska områden som mode, inredning, grafisk form, reklam, hantverk eller arkitektur. En designer kan med andra ord ha många olika roller – arbeta enskilt eller tillsammans med andra – och med varierande material och uttryck. Gränserna mellan konst, formgivning och design har suddats ut. Formgivning används för att beskriva gestaltningen av hantverk eller industriellt framställda produkter och miljöer. Industridesign omfattar produkter inom all industri, från mobiltelefoner till köksredskap.



När vi i den här handboken använder begreppet design menar vi i ett bredare perspektiv – inte enbart genom funktion och formgivning – utan också som ett sätt för att lösa problem och förstå hur vår värld fungerar. I åtta avsnitt lyfter vi exempel från skilda designområden som visar på hur design kan vara en positivt stärkande kraft och förändra tillvaron för oss människor. Men det är också viktigt att förstå hur kraften kan användas för olika syften.

Hur saker och ting har producerats och formgetts genom historien beror på vilka verktyg och material som har funnits till hands, men framför allt på de behov som människan har haft. Många grundformer går att hitta i naturen och vi har sedan förfinat dem för att passa våra behov. Redskapen var till en början en förlängning av våra händer för att göra dem mer effektiva. Kanske kommer formen för ett kärl från en kupad hand som använts för att dricka vatten?

Enligt designhistorien kom yrket designer till i samband med industria-

lismens framväxt i Storbritannien. Under den senare hälften av 1800-talet blev det möjligt att producera varor i större serier och därmed till lägre priser, tack vare maskintillverkning och arbetsfördelning. Nu utvecklades produktionen till den massindustri som vi i dag kan se över hela världen. Men det fanns kritiska röster. Den brittiska Arts and Craft-rörelsen startade som en reaktion mot industriproduktionens ibland bristfälliga kvalitet. Den fick ett stort inflytande, framför allt i Europa, i sin strävan efter förbättrade sociala villkor och hantverkskicklighet. Den svenska författaren Ellen Key debatterade för att en vacker omgivning kan göra oss till bättre och lyckligare människor. Hon såg det också som en demokratisk rättighet – skönhet är till för alla! Att använda gedigna material kostar dock mer än vad många har råd med, vilket innebar att det som skapades, främst var tillgängligt för en välbärgad överklass.

Bauhausskolan i den tyska staden Weimar öppnade 1919. Den räknas som den första egentliga designskolan och

Funktionen skulle bestämma designen och onödiga utsmyckningar skalas bort. Formgivarens uppgift var att hitta den inneboende funktionen, så skulle den yttre formen ge sig själv...

har påverkat generationer av arkitekter, designers och konstnärer. Grundaren Walter Gropius hade visionen om en utbildning där arkitektur, formgivning och olika konstformer, skulle korsbefrukta varandra. Precis som Arts and Craft-rörelsen ville han höja den konstnärliga kvaliteten på maskintillverkade föremål och minska klyftan mellan det folkliga och finkulturella. Bauhausskolan införde en modern pedagogik som bottnade i tron på människans kreativa kraft. Det var en frisinnad plats där verkstäderna användes mer som laboratorier för idéer än undervisningssalar. Skolans filosofi var att alla människor kan skapa med sitt eget personliga uttryck, vilket var en radikal tanke för den här tiden. Skolan stängdes av nazisterna redan 1933, men

den har haft en avgörande betydelse för 1900-talets arkitektur och design.

Bauhaus formspråk baserades på cirkeln, fyrkanten och triangeln liksom grundfärgerna rött, blått och gult. Funktionen skulle bestämma designen och onödiga utsmyckningar skalas bort. Formgivarens uppgift var att hitta den inneboende funktionen, så skulle den yttre formen ge sig själv, precis som arkitekten Louis Sullivan menade i sitt välkända citat "form följer funktion". Bruksföremål formgavs enligt samma princip, men inte utan en estetisk och sinnlig ambition. Hur något känns mot huden när vi håller i det spelar en betydande roll hur vi uppfattar ett föremål. Likaså hur det låter, doftar eller smakar.

Mellan åren 1945–1973 vände världsekonomin uppåt. Många länder i väst lyckades under de här åren bygga upp välfärdssystem som skapade en trygg medelklass. Denna starka ekonomiska tillväxt och sociala omvandling som skedde under perioden kan ha förändrat samhället mer än någon annan lika kort period i mänsklighetens historia. Under efterkrigstiden stod Sverige på topp som industrination. Nya företag skapades på löpande band. En ny era för design öppnades upp av framtidstro och det framväxande konsumtionssamhället. Designers vågade experimentera med djärva färger och abstrakta former. Under 1970-talet ökade medvetenheten om konsumtionens baksida med fabriksutsläpp och arbetslöshet. Politiska samhällsrörelser i Sverige växte sig starka. Denna "gröna våg" ligger till grund

**En ny era för design
öppnades upp av
framtidstro och
det framväxande
konsumtionssamhället.**

för utvecklingen kring hållbarhet som vi kan se idag – men vi har inte ändrat våra vanor, tvärtom. Vi gör ett större avtryck på jorden eftersom vi är fler och har vant oss vid att mycket av det vi köper är billigt. Produkter tillverkas i låglöne-

länder under dåliga arbetsförhållanden. Människors socioekonomiska förutsättningar spelar också stor roll för vad och hur mycket vi konsumerar.

Med denna handbok vill vi visa på hur designerns

roll har förändrats och blivit en viktig del av samhällsutvecklingen. Att bli designer kräver många år av utbildning. Det är i dag en avancerad kompetens som verkar i gränslandet mellan konst och näringsliv. Människans behov står i fokus för allt som produceras – både som kollektiv och individ – samtidigt som hänsyn måste tas till jordens minskade resurser. En komplex roll för en komplex värld. ■

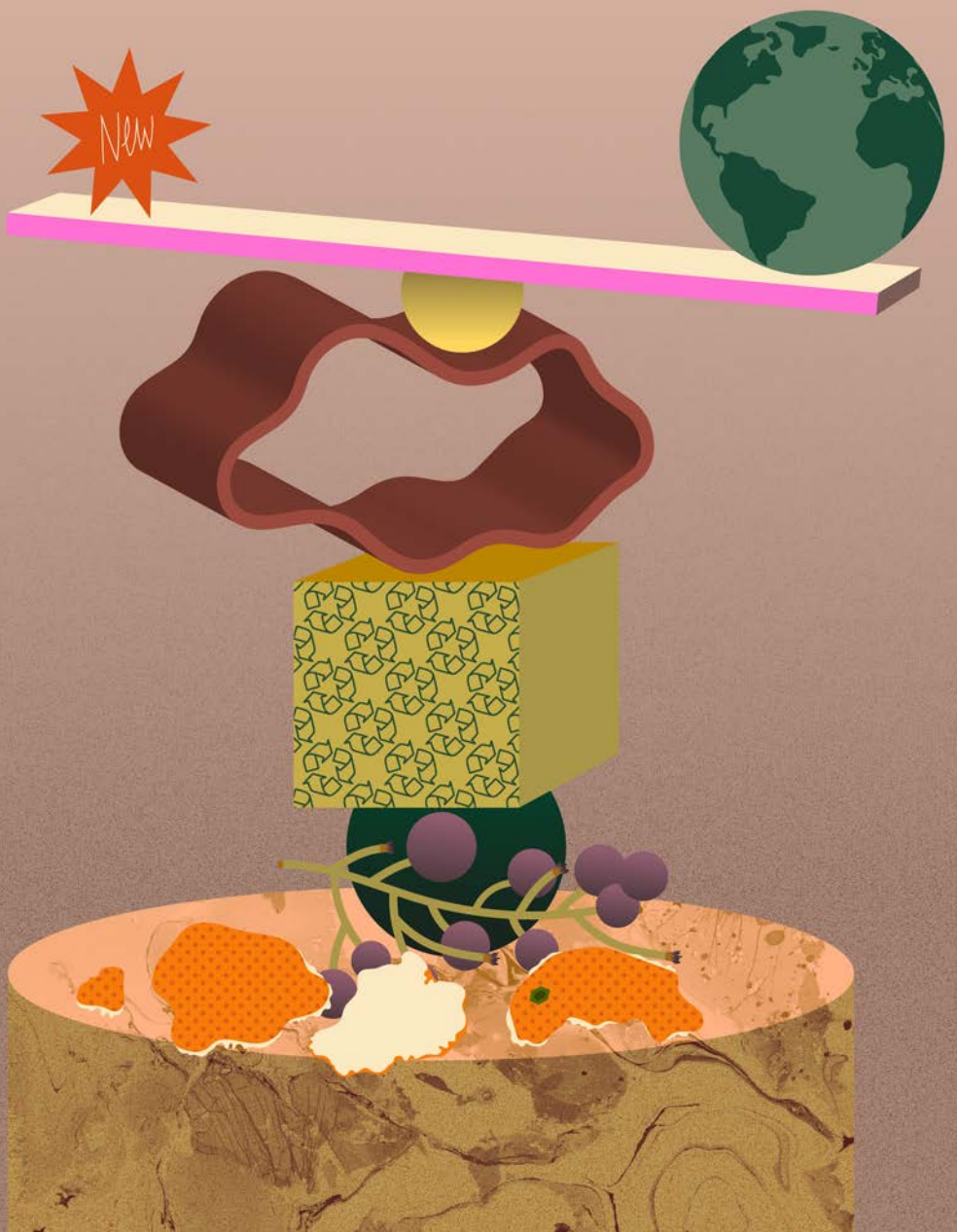
Design – hållbar eller utbytbar?

Vi är vana vid att det mesta är inom räckhåll, men många är också mer kritiska konsumenter. Designens roll i vårt moderna samhälle har utvecklats sedan millennieskiftet – inte enbart genom de tekniska framstegen, utan också för att människors värderingar och behov har skiftat. Det finns en förståelse inför att våra konsumtionsvanor behöver ändras om vi ska kunna leva mer hållbart. Ändå ökar begäret när det ständigt kommer nya och ”bättre” produkter på marknaden. Vårt beteendemönster förändras när informationsflödet blir snabbare – förväntningarna på ett smidigt samhälle ökar. Vilket ansvar har designbranschen för människan, djuren och naturens framtid? På vilka nya sätt behöver en designer arbeta i dag? Frågorna är mer angelägna än någonsin.

Tillväxt har genom historien uppfattats av många som ett positivt laddat begrepp. I naturen är det ett tecken på liv och framåtrörelse. En god ekonomi har varit synonym med välfärd, även om den skapas på bekostnad av vår miljö. I dag förs en diskussion om "grön tillväxt" och "grön ekonomi" som förbättrar människans livsvillkor, men samtidigt minskar klimatutsläppen. Är detta möjligt? Svensk funktionalistisk design har sedan 1930-talet förknippats med demokrati och välfärdspolitik. Det var dock först 1995 som möbeljätten IKEA lanserade konceptet "demokratisk

design" vilket har blivit en viktig del av deras varumärke. Enligt företaget är det de låga priserna som gör just deras design demokratisk. Men är det ekologiskt hållbart att locka sina konsumenter att ständigt köpa nytt och mer? I dag är företagets hållbarhetsarbete en viktig del av deras varumärkesberättelse. De behöver vara transparenta med hur de hanterar utsläpp, avfall och sina arbetares rättigheter. Marknaden har i dag tuffa miljökrav som designers måste förhålla sig till. Modeindustrin är en av de mest förorenande industrierna i världen. Klädmärken har börjat använda begreppet "regenerative design" som syftar till en

FN:s Agenda 2030 som ofta kallas de globala målen eller de globala målen för hållbar utveckling innebär att världens ledare har förbundit sig till fyra saker: att avskaffa extrem fattigdom, att minska ojämlikheter och orättvisor i världen, att främja fred och rättvisa och att lösa klimatkrisen.



”Do-It-With-Others” är centralt i Makerrörelsen som bygger på ett gemensamt lärande-genomskapande. När vi lär oss att själva ta isär och laga olika prylar blir det ett alternativ till vårt slit-och-släng-samhälle.

långsiktig förbättring av våra odlingsmarker. Storföretag inom modebranschen använder citrusskal och vindruvsrester och utbildar sina konsumenter i hur de ska vårda plaggen för att de ska hålla längre.

Design och hållbarhet hänger ihop. Nya designlösningar kan skapa en mer hållbar värld. FN:s Agenda 2030 som ofta kallas de globala målen eller de globala målen för hållbar utveckling innebär att världens ledare har förbundit sig till fyra saker: att avskaffa extrem fattigdom, att minska ojämlikheter och orättvisor i världen, att främja fred och rättvisa och att lösa klimatkrisen.

Den gröna och cirkulära ekonomin återanvänder våra naturresurser, i motsats till linjär produktion och konsumtion där det vi köper blir till avfall. För att vi

ska nå de globala målen krävs dock mer än att vi minskar våra utsläpp! Det handlar om en mental omställning som skulle förändra vår vardag på många sätt. Design kan spela en avgörande roll i att sammanföra teknik med kultur. Inom arkitekturen ser man i dag till att bygga energisnålt, men det kan vara av större betydelse att tänka mer hållbart kring människors samvaro och livsstilar.

Begreppet frugal innovation betyder ungefär ”sparsam innovation” och har använts för att möta de mest grundläggande behoven hos den del av världens befolkning som lever under fattigdomsgränsen. Att återanvända resurser på ett sparsamt sätt, både för individen och samhället under devisen: To do more with less for many. Sedan ungefär femton år finns det en global rörelse

för delning av kunskap och praktisk skicklighet. "Do-It-With-Others" är centralt i Makerrörelsen som bygger på ett gemensamt lärande-genom-skapande. När vi lär oss att själva ta isär och laga olika prylar blir det ett alternativ till vårt slit-och-släng-samhälle. Det går att hitta Makerspaces runt om i världen dit alla är välkomna att bidra med sin expertis och att testa idéer. I många utvecklingsländer, till exempel i Afrika, har man format ett slags ekosystem för innovation som ger människor möjlighet att tillsammans lösa problem som finns i deras vardag, använda återbruksmaterial och ersätta utländsk import med hemodlade alternativ. ■

HUR TÄNKER DU?

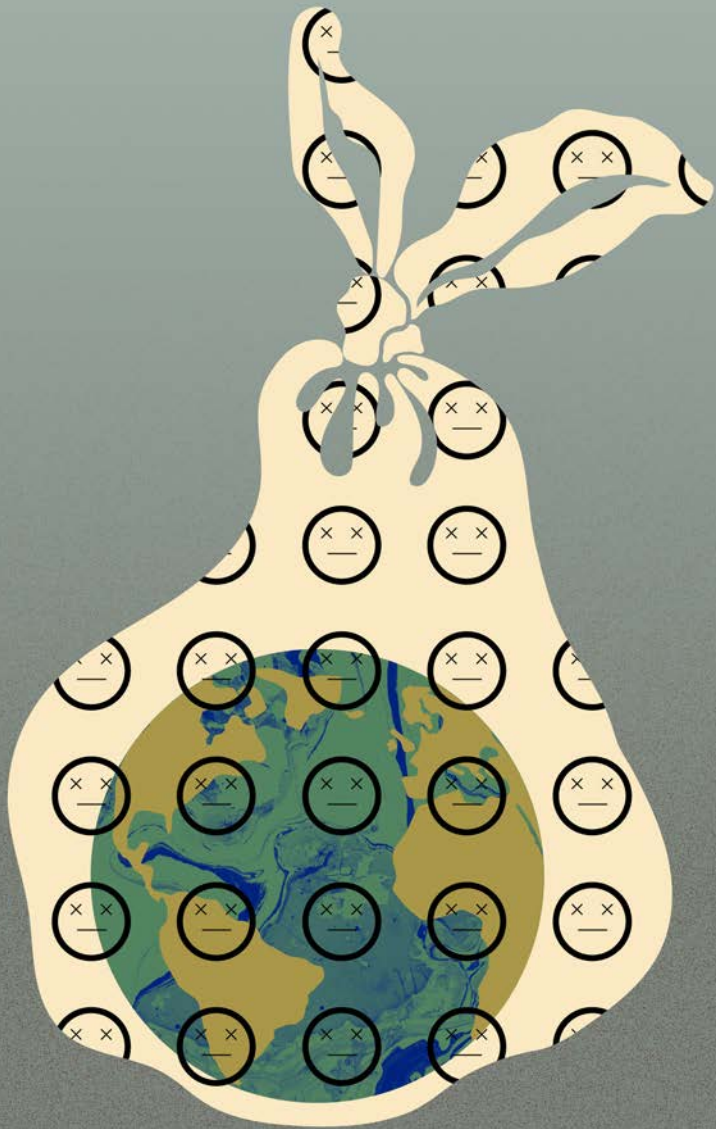
Vi kan se hur kriser får oss människor att fundera kring vad vi verkligen behöver. Finns det någon design som är svår att förändra för bättre hållbarhet, eller kan man designa om allt till att bli mer hållbart?

Hur påverkar kriser som sker i samhället ditt sätt att leva?

Finns det någon design i din vardag som skulle vara svår för dig att byta ut?

Plast – från utopi till dystopi

Det kan vara svårt att föreställa sig ett lika utskällt och älskat material som plast. Plasten har haft en stor påverkan på vårt samhälle sedan de första naturliga och halvsyntetiska plasterna uppfanns i mitten av 1800-talet. De användes då som ett effektivt sätt att imitera andra dyrare material. Plast är lätt att forma, vilket också ökar designmöjligheterna. Efter andra världskriget tog tillverknigen ordentlig fart, eftersom det rådde brist på andra material. Plast ansågs inte längre vara ett billigt alternativ, utan hyllades för sina praktiska och hygieniska egenskaper vid till exempel förvaring av mat.



Plastens intåg i våra hem blev en revolutionerande symbol för framtiden och det "nya" konsumtionsvänliga samhället. Medelklassens hushåll fylldes med vardagsföremål i plast för alla tänkbara ändamål. Under 1960-talet exploderade intresset för plast inom design och konst. Möbler designades i formsprutad polyetylen. Polyuretanskum användes till popkonstnärernas skulpturer. Futuristiska miljöer kunde ta form i filmens värld. I Hollywood klädde sig plastikoperade stjärnor i åtsittande plagg av PVC-plast.

60 år senare har vi en helt annan relation till plast. Det kommer ständigt nya rön om hur vi ska ta oss till en mer hållbar plastanvändning. Vi vet vilken påverkan materialet har på naturen – men också på våra egna kroppar. Mikroplaster som avsöndras från plastprodukter

sprids i vattnet. Haven fylls av engångsartiklar, påsar och övergivna fiskerättnät – vilket är förödande för djurriket, och på längre sikt, oss människor. Ett enormt problem som kräver nyskapande lösningar. Användningen av plast måste minska och ersättas av andra material där det går. Återvinning räcker inte för att uppnå de globala målen. I många förpackningar och användningsområden kan plast bytas ut mot bättre alternativ. Vi behöver också smartare designlösningar, där mindre plast används i förpackningar och produkter. Framst mindre svårnedbrytbar plast, eftersom det är den som påverkar naturen mest. Plasten som produceras behöver också återanvändas, för att spara på energi och minska påverkan på miljön. Dock kan plast oftast inte återvinnas och användas igen lika många gånger som glas eller metall, utan det blir ständigt en

försämring av plastens egenskaper och därför används den till mindre krävande produkter. Som exempel kan PET-flaskor användas för att göra polyester-fleece, men polyester-fleece kan inte återanvändas till att göra PET-flaskor. I Skandinavien går för närvarande cirka 40 procent av den förbrukade plasten till materialåtervinning för att bli till nya plastprodukter. Resten energiåtervinns till el och fjärrvärme. Här hamnar en mycket liten del i miljön genom nedskräpning och slitage. 2030 ska alla förpackningar göras av återvunnen plast eller fossilfri plast.

Inom designfältet kan vi se många exempel på miljömedveten formgivning och nya sätt att hantera plastens livscykel. Många av dagens formgivare och konstnärer utforskar hur man kan återvinna plast eller ersätta den med biologiskt nedbrytbara material. Den chilenska designern Margarita Talep har till exempel

utvecklat matförpackningar där polymererna kommer från agar, en geléliknande substans som utvinns genom att koka röda alger. Frukt och grönsaker ger färg åt materialet. Algplaster kan vara styva eller flexibla beroende på mängden polymer, vatten och värme som används i processen.

2013 lanserade den holländska industridesignern Dave Hakkens den digitala plattformen Precious Plastic, för att ge formgivare möjligheten att återvinna plaster själva. Instruktionerna för hur man bygger de lågteknologiska återvinningsmaskinerna är gratis och delas genom Creative Commons. Under de senaste fem åren har plattformen vuxit till ett community med över 40 000 användare. En av dessa är Ina Johansson Lidman som byggt en maskin för att omvandla gamla snusdosor, upphittade på stränder runt Göteborg, till designföremål.

Parley for the Oceans arbetar med att återanvända havsplaster och synliggöra problemet genom olika samarbeten. Tillsammans med Adidas har de tagit fram ett par sneakers som delvis är tillverkade av återvunna plaster som samlats in under städaktioner på Maldiverna. Adidas har dock fått kritik för att överdriva sitt miljöengagemang i marknadsföringssyfte. Begreppet grön-målning betyder att ett företag framhäver någon miljöåtgärd de åstadkommit, som i verkligheten kan vara obetydlig jämfört med vad det orsakar. Även i Sverige använder företag miljöargument i marknadsföringen för att dra fördel av människors växande engagemang för miljön. ■

HUR TÄNKER DU?

Trots att vi känner till plastens påverkan på jorden och oss själva, varför slutar vi inte bara konsumera plast?

Vad får dig att ändra dina konsumtionsmönster?

Kan du komma på någon designlösning som gör att du bidrar till minskad påverkan på miljön?

Design i kristider – förödande konsekvenser eller spännande nytänk?

Den här handboken är skriven i en tid som präglas av en global pandemi, vars konsekvenser kommer påverka våra liv under många år framåt. Samtidigt pågår en klimatkris som hotar att förstöra hela ekosystem. Vilken roll spelar design i en sårbar tid?





Under tider av kris har vi tvingats att tänka ut nyskapande funktioner som kan hjälpa oss att överleva. Den forskning och teknikutveckling som bedrevs inom vapenindustrin under världskrigen ledde fram till en rad nya uppfinningar. När coronapandemin bröt ut vintern 2020 var det på många sätt som att vi upplevde ett krig. Det regnade inte bomber från himlen, men samhället fick ta till alla krafter för att skydda sina invånare mot en osynlig, men dödlig, fiende. En anda från krigsåren tog form av volontärarbete, aktivism och kreativitet. Civilsamhället organiserade sig för att tillverka förkläden, munskydd och visir till den överbelastade sjukvården. Ett år senare finns det nu en uppsjö av pandemiprodukter på marknaden, vars uppgift är att distansera människor från varandra och därmed förhindra smittspridning. Det är inte längre svårt att föreställa sig att viruset kommer

påverka våra liv i många år framöver. Men på vilket sätt förändras relationerna mellan människor när vi till stor del måste umgås bakom ett munskydd eller tvådimensionellt via en skärm? Utmaningen blir att skapa hjälpmedel som framhäver våra mänskliga drag, till exempel en genomskinlig mask som avslöjar ansiktsuttryck eller digitala mötesplatser där vi kan läsa av varandras kroppsspråk.

”In difficult times, fashion is always outrageous”

Elsa Schiaparelli

Historiskt har kristider alltid stimulerat kreativitet. ”In difficult times, fashion is always outrageous”,

I svåra tider är modet alltid extremt, är ett citat från modeskaparen Elsa Schiaparelli som designade sina mest spektakulära kläder i Paris under depressionsåren innan andra världskriget. Hennes konstnärskap är ett spännande exempel på kreativ innovation som föds under turbulenta förhållanden. Hon hämtade inspiration från surrealismens drömlika motiv och skapade plagg i skärningspunkten mellan mode och konst.

Att Schiaparelli ifrågasatte samhällets konventioner kring vad man som kvinna bör ha på sig har banat väg för dagens normkritiska mode. I slutet av 1930-talet skapade hon plagg som "skelettkläningen", hatten som är formad som en sko och aftonhandskarna i hudrosa crépe som vid användning ser ut som uppsprättade sår. Under krigsåren blev hon berömd för sin Siren Suit – en kostym som hade stora och dolda fickor, så att bäraren slapp ha med sig en handväska och lätt kunde gömma sig när flyglarmen gick igång.

Ett av Donald Trumps vallöften som amerikansk president var att förhindra illegal invandring genom att bygga en mur mellan USA och Mexico. 29 juli 2019 installerades tre knallrosa gungbrädor tvärs igenom gränsmuren som fick barn och vuxna från båda sidor att gunga tillsammans. Initiativtagarna var Ronald Rael och Virginia San Fratello, professorer i arkitektur och design från Kalifornien. Gungorna fick bara sitta kvar i 30 minuter, men var ändå en kraftfull protest mot murbygget längs Mexikos gräns. ■

HUR TÄNKER DU?

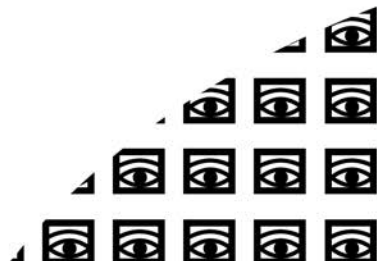
Vad händer med oss människor när vi är i kris – som isolering, flykt eller krig?

På vilket sätt är design en del av krishantering?

Har du tagit del av några sådana designlösningar i din vardag?

Varumärken – inspirerar eller claimar?

De storföretag som har växt sig starka efter industrialismen i västvärldens storstäder har ett märkbart inflytande över stora delar av vårt samhälle. Vi omges av logotyper i våra offentliga rum och hemma på våra skärmar.





En logotyp är den ordbild (med eller utan symbol) som ett företagsnamn består av.

Företagens inflytande över vår personliga bildvärld har ökat sedan de smarta mobilernas intåg i våra privatliv. Den strida ström av reklam och produktplaceringar i våra flöden kan vara svår att särskilja från annan information. Kommunikationsbyråer arbetar allt oftare med det som brukar kallas content marketing eller storytelling, det vill säga målgruppsanpassat innehåll som kan påminna om ett reportage i en tidning. Som läsare kan det ibland ta en stund innan vi förstår vem som är avsändare och vad det är som är till salu – reklam handlar på många sätt om att sälja en livsstil.

En grafisk profil är till för att stärka varumärkets uttryck och se till att det motsvarar företagets värderingar – eller i vissa fall förbättra dem utåt. Som vi beskrivit tidigare är det inte ovanligt med grönmålning som anspelar på människors miljöengagemang. Medvetna konsumenter ställer i dag höga krav på

företagens etiska ageranden. Havredrycksproducenten Oatley, med sin klimatsmarta image, har till exempel fått massiv kritik då Amazon Watch Sverige rapporterat hur företaget indirekt är med och finansierar skövlingen av Amazonas regnskogar. Barnmatsföretaget Nestlé bojkottas av Vårdförbundet efter att de systematiskt brutit mot reglerna om marknadsföring av modersmjölkersättning som bidrar till att mödrar i fattiga länder avstår att amma sina barn.

Grafisk design används inom alla områden som vi beskriver i den här boken. Det är det visuella resultatet av en lång designprocess som kombinerar ord, bild, färg, ytor och symboler. Många av de klassiska typsnitt och grafiska element som skapades av formgivare på Bauhauskolan i Tyskland används fortfarande. En designikon från Sverige är "Ögonkakao" som formgivaren Olle Eksell tog fram för choklad- och kakao-fabriken Mazetti i slutet av 1950-talet. Hans nya logotyp och förpackningsdesign blev en försäljningssuccé för företaget. De stiliserade ögonen i svart

och vitt lever vidare på Fazers produkter och reproduceras över hela världen. 2014 skapade designern Alexandra Andersson "Vaginan" – hennes tolkning av Eksells klassiker. Genom att vrida på ögat nittio grader gav hon symbolen en helt ny innebörd.

Kanske är det svårare att gå över gränserna som formgivare eller konstnär i dag, med skärpta lagar och straff för varumärkesintrång. Men på gatorna i världens storstäder kan man se en mångfald av människor som bär tweaks på high-end-märken som Gucci, Dior, eller YSL – där logotyperna är förvrängda på kreativa sätt. Mode har alltid burit med sig sociala koder som går bortom det estetiska – ett sätt att sprida budskap eller som ett hjälpmedel för att konstruera eller accentuera sin identitet. Om de stora modehusen får hämta idéer från det urbana modet, finns det då inte en rättvisa i att människor omtolkar deras plagg utifrån sina egna förutsättningar? En motståndshandling i en globaliserad värld där endast några få har råd att köpa sina kläder hos Chanel. ■

HUR TÄNKER DU?

Vem äger en idé?

Var går gränsen mellan stöld och inspiration?

Varför är varumärken viktiga för oss människor?

Finns det några prylar eller varumärken som är viktiga för dig?



Design som socialt verktyg – rum som förenar eller hotar vår integritet?

Samspelet mellan människa och teknik fördjupas allt mer. Den virtuella världen erbjuder en annan sorts intimitet än den som bjuds i vår ibland grådisiga verklighet. Lockelsen i att ha en riskfri kontakt med andra – friheten i att kunna välja att inte svara på samtal och kommunicera endast via text. Behagligt kravlös följeslagare som ger oss uppmärksamhet när vi behöver den, och som vi när som helst kan stänga av när vi tröttnar.

Sedan designen av smarta telefoner kom för ungefär 20 år sedan har det debatterats om vad det här innebär för våra relationer.

Hur våra hjärnor påverkas på lång sikt råder det också delade meningar om. Hur påverkar användandet vår integritet, koncentrationsförmåga och verklig närhet till andra människor?

Vår rätt till ett privatliv räknas som en mänsklig rättighet i FN:s deklaration. Detta gäller även i den digitala världen – även om det kan upplevas som om helt andra regler gäller där. Det snabba flödet kan göra oss mindre eftertänksamma när vi väljer vad vi ska dela med andra. När vi är anonyma och ansiktslösa bakom skärmen tänker vi inte alltid på konsekvenserna av vårt agerande och hur de kan påverka både våra egna liv och andras på lång sikt. Nätjättar som Google, Facebook och Twitter sparar all information från sina användare – för all framtid. Det pågår ständigt rättsprocesser mot de multinationella IT-företagen. I Frankrike riskerar franska influencers

uppemot fem års fängelse om de använder sina barn för kommersiella syften i sociala medier, enligt en nyinstiftad lag.

Tiktok är den kinesiska mobilappen som på rekordtid blivit ett av världens största sociala medier. Den är populär framförallt bland ungdomar som delar korta videoklipp som de redigerar med inbyggda specialeffekter och filter. Globalt har Tiktok ca 600 miljoner användare och laddas ner i snabbare takt än Facebook och Instagram. Zhang Yiming, som grundade moderbolaget Bytedance 2012, är en av Kinas rikaste personer. Men företaget har tvingats till miljoner i böter av handelsmyndigheten Federal Trade Commission i USA, för att på ett olagligt sätt ha samlat in personuppgifter från barn och anklagas för spionage. Svenska myndigheter har förbjudit sina anställda att använda Tiktok på sina jobbtelefoner.

Skärmens möjligheter för social interaktion är hur som helst oändlig och har öppnat upp för utbyten av erfarenheter mellan människor över hela

världen. Internet kan, i den bästa av världar, vara ett socialt redskap för att bryta normer och stigma i samhället. Designbyrån Aurat Raaj har designat en gratis chatbot-app för flickor och kvinnor i utvecklingsländer. I till exempel Pakistan är det inte tillåtet för flickor att prata om hygien och sexuell hälsa. Huvudsyftet är att svara på frågor kring tabuämnen som menstruation, graviditet, abort, könssjukdomar, depression, ångest, samtycke och barnmisshandel. Appen är röstaktiverad och stöttas upp av mänskliga gynekologer och psykologer. De kan också ta över om boten bestämmer att omedelbar hjälp behövs.

Förutom att svara på nödsituationer är den mänskliga interaktionen också avgörande för användaren ska känna sig omhändertagen. Anonymitet och integritet är kärnan i denna lösning – konversationer mellan användare och bot försvinner om användaren är inaktiv i några minuter. Det finns inte heller någon inloggningsprocess och inga personliga uppgifter om slutanvändaren samlas in. ■

HUR TÄNKER DU?

Var går gränsen mellan privat och publikt liv på digitala mötesplatser?

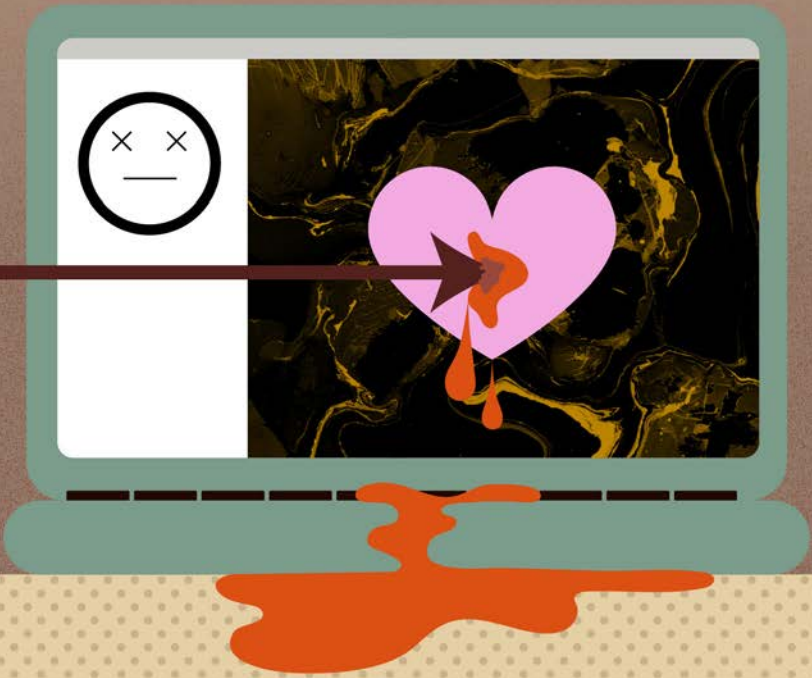
Vilka för- och nackdelar finns med digitala mötesplatser?

Vad betyder sociala medier för dig?

Design för (o)trygghet

Det virtuella rummet kan berika våra liv med fantasi, nya problemlösningar och kommunikation. Inom speldesign arbetar designers för att skapa upplevelser genom en virtuell miljö. Men också andra områden som forskning, konst och brottsutredning använder digitala rum för att gestalta händelser, berättelser eller rekonstruktioner.





Speldesign är ett område som har utvecklats enormt de senaste åren. Onlinespel är en stor social mötesplats för barn och andra grupper, eftersom spelare kan chatta eller prata med varandra när de spelar. Debatten kring ungas spelande handlar nu mindre om våldets påverkan och mer om vilka konsekvenser ett beroende får för spelarens sociala och fysiska hälsa. Nya typer av problem dyker upp när spelare kan koppla de karaktärer de har i spelvärldarna till sina profiler på sociala medier och därmed förlorar sin anonymitet. De blir då mer sårbara för dataintrång, men också för nätmobbing och trakasserier.

VR (virtual reality) är en 3D-teknik som många förutspår kommer bli ett

dominerande medium för att skapa upplevelsebaserad marknadsföring. Om pandemin fortsätter att begränsa vår rörlighet kan VR ta oss till andra platser genom simulerade miljöer som avspeglar den verkliga världen. Den kan användas i många olika syften – till exempel inom utbildning och sjukvård för att träna på tekniska procedurer utan att riskera människors liv.

Frågan är om vår syn på integritet har förändrats även i vår fysiska värld. En kartläggning gjord av Sveriges Television visar att det blir vanligare i Sverige att placera övervakningskameror på offentliga platser. Enligt undersökningar av Sifo och Lunds universitet är människor i dag mer positivt inställda till att bli kameraövervakade. Kan en av anledningarna

Nya typer av problem dyker upp när spelare kan koppla de karaktärer de har i spelvärldarna till sina profiler på sociala medier och därmed förlorar sin anonymitet.

vara att vi redan delar med oss av så mycket av våra liv på nätet? Idag är det svårt för en privatperson att ha kontroll över våra integritetsgränser när vi rör oss i offentligheten bland utvecklad teknik som övervakningskameror och smarta telefoner. Designers kan heller inte alltid styra att deras interaktionsdesign används för det ändamål den skapades för.

En brottsplats kan återskapas genom fysiska modeller, men också 3D-renderingar (en teknik inom datorgrafik för att framställa en bild eller animering utifrån en 3D-modell). Forensic Architecture är en brittisk researchgrupp som använder designmetoder för att formge händelseförlopp kopplade till brottshandlingar. De skapar bevismaterial till pågående eller avslutade människorättsfall på uppdrag av humanitära organisationer eller aktivist- och medborgargrupper. Gruppen består av ett team av designers, arkitekter, programmerare, filmskapare, journalister, forskare och jurister. De arbetar med övervakningsbilder, planritningar, mobilklipp och vittnesmål. I fallet med 21-åriga Halit Yozgat, som mördades på

ett internetkafé i Kassel 2006, byggde de en fullskalig modell av mordplatsen för att ifrågasätta underrättelsetjänstemannen Andreas Temmes rekonstruktion där han hävdade att han inte varit ett vittne. Detta öppnade upp för större frågor kring hans eventuella kontakt med radikala högerextremister i Tyskland. ■

HUR TÄNKER DU?

Vilka digitala spår lämnar vi människor efter oss?

Vilka konsekvenser kan de få för oss i framtiden?

Vilka spår lämnar du efter dig?



Design och offentliga rum – för alla och envar?

En vintermorgon 2015 hade alla parkeringsplatser utanför Stora Teatern i Göteborg förvandlats till handikapplatser. Under några timmar fick morgon-

trötta bilister tvingas finna sig i att det inte finns någon plats för dem, precis som de

flesta av de som lever med en funktionsvariation får uppleva varje dag.

Det var Göteborgskooperativet för Independent Living (GIL) som stod bakom aktionen. I en minibuss som de kallade för "CP-trucken" körde de runt under natten och målade om symbolen på 95 parkeringsplatser. Syftet var att få människor att tänka till om stadsrummet verkligen är tillgängligt för alla. Vem som helst kan bli sjuk eller råka ut för en olycka som begränsar vår fysiska rörlighet – ändå är stora delar av Sveriges stadskärnor helt eller delvis otillgängliga.

Offentliga rum är öppna rum i samhället, som alla människor oavsett bakgrund, ska ha lika tillträde till. Kommuner behöver skapa förutsättningar för att dessa utrymmen ska kännas välkomnande. Här kan design användas för att människor ska mötas – eller tvärtom, för att få bort dem från en plats. Musik i butiker ska få konsumenter att känna sig bekväma och därmed locka till konsumtion. I vissa storstäder har man valt att installera högtalare för att mota bort ungdomar som hänger utomhus. Högtalarna, som aktiveras av rörelser, sänder ut ett högfrekvent ljud

som är så obehagligt att den som lyssnar går därifrån. Ljudet som sänds ut är på en sådan frekvens att det endast kan uppfattas av personer med mycket god hörsel, ofta personer under 25 år. Metoden har fått kritik för att vara integritetskränkande. Ett annat exempel på exkluderande design är lutande bänkar som har utformats för att hindra hemlösa människor att sova på dem.

Allt fler kommer att bo i en urban miljö i framtiden, när städerna växer ihop med sina förorter och ytterområden. Men när innerstaden blir dyrare och färre människor har råd att bo där förvandlas många bostäder till kontor eller butiker. I mindre orter går det dock att se tecken på att man vill skapa mer levande torg och gågator, med fler grönområden och minskad biltrafik. Många kommuner för i dag en dialog med sina medborgare när något ska byggas eller förändras. Inom arkitektur, design och konst är det vanligt att arbeta med deltagarbaserade metoder, vilket innebär att man involverar civilsamhället i planeringen av till exempel ett offentligt konstverk. Designerns roll är att ha hand om processen där invånare får vara med och påverka framtiden

för sin närmiljö. På Göteborgs universitet finns utbildningen Child Culture Design som kopplar ihop praktiska och teoretiska kunskaper för, med och av barn. Programmet är Sveriges enda designutbildning med fokus på barnperspektiv och den enda i världen i sitt slag.

The Voice of Children är ett projekt som utforskar barns lek runt om i världen. Det drivs av kollektivet Assemble i Storbritannien som arbetar med arkitektur, design och konst. De vill visa hur viktig miljön är för att möjliggöra den fria leken – och hur barns relationer med varandra och den fysiska världen utvecklas. I leken testar barn sina begränsningar och mäter omgivningen med sina kroppar. De klättrar och ramlar, utforskar och experimenterar. När designen inte är för styrd öppnar det upp för att själv hitta lösningar och tillvägagångssätt. Tanken är att ett barn som får leka fritt, utan direktiv eller vuxnas inblandning, får en större tilltro till sin egen förmåga och kraft.

Att Barnkonventionen blev lag i Sverige i januari 2020 är den viktigaste reformen för barn i Sverige på 30 år. Den

kräver och förpliktigar att alla offentliga verksamheter ska ha ett barnperspektiv i sina beslut, men också att barn och unga ska ha rätt yttra sig och delta i kulturlivet. FN uppskattar att år 2030 kommer barn och unga under 18 år att vara i majoritet i världens storstäder. ■

HUR TÄNKER DU?

Vilka människor har lätt att ta plats i de offentliga rummen?

Vilka är de offentliga rummen inte designade för?

Finns det utrymme för dig i de offentliga rum du rör dig i?

Finns det något du skulle vilja ändra på?

Aktivism – design som påverkar

Allt fler engagerar sig för mänskliga rättigheter och vårt klimat. Det kan ta sig i uttryck genom att förändra våra dagliga vanor – att minska på sådant som skadar miljön – eller att stötta olika humanitära organisationer. Men det kan också ta form av aktivistisk handling som att människor samlas på gatorna runt om i världen för att protestera mot maktstrukturer, förtryck, rasism och sexism.



Design och politik har alltid gått hand i hand. Genom ett formspråk av färger och symboler kommunicerar de politiska partierna vilka värderingar de representerar. Även motståndsrörelser har ofta använt sig av starka, visuella kännetecken för att synas och höras. I början av 1900-talet använde till exempel den brittiska Suffragetterrörelsen färgerna vitt, lila och grönt på sina textilier när de genomförde protestaktioner för kvinnlig rösträtt. 2017–2019 kunde vi se en mångfald av färger – i Belarus huvudstad Minsk placerades 36 par skor i lysande orange på gatan för att hedra de många kvinnor som utsatts för våld i sina hem. De neongula reflexvästarna blev en symbol för protesterörelsen i Frankrike mot den höjda bensinskatten. Tusentals rosa pussy hats bars av både kvinnor och män under protesterna mot den amerikanske presidenten Donald Trumps sexistiska uttalanden.

För gruppen och individen är design en möjlighet att uttrycka sin identitet

på olika vis, som vilken grupp vi tillhör, vår sexualitet eller vem vi är och vill vara. AIDS Coalition to Unleash Power (ACT UP) är en internationell organisation som arbetar för att stötta personer med hiv eller aids. Deras kännetecken – en uppåtpekande rosa triangel – är sedan 1970-talet en av HBTQ-rörelsens symboler. Den skapades för att hedra de nazistiska koncentrationslägrens offer, där homosexuella män tvingades att bära en nedåtpekande rosa triangel. Under 1980- och 1990-talet genomförde ACT UP radikala demonstrationer i protest mot att aids ignorerades som en nationell hälsokris. En stor del av de drabbade var queer och levde utanför konventionen om en traditionell kärnfamilj. I stället för att isolera sig i ensamhet hittade många en kraft i att gå samman med andra och kämpa för förändring genom aktioner som smälte samman konst och aktivism. Gran Fury var organisationens "guerilla-designers". Målet var att nå ut lika starkt som Coca-Cola i sin marknadsföring – långt innan mobiltelefoner och sociala medier fanns som ett verktyg för spridning.

**För gruppen och individen är design en
möjlighet att uttrycka sin identitet på olika vis,
som vilken grupp vi tillhör, vår sexualitet
eller vem vi är och vill vara.**

Black Lives Matter (BLM) är en människorättsrörelse som arbetar mot polisbrutalitet och rasism. Den startade 2013 i USA, men fick globalt genomslag i maj 2020 efter polisvåldet som tog livet av George Floyd, en 46-årig afro-amerikan i Minnesota. Filmklippet från händelsen, där en polisman trycker sitt knä mot hans hals i nio minuter, spreds online och skapade starka reaktioner och protester. George Floyds sista ord "I can't breathe" användes under enorma demonstrationer över hela världen – på plakat, tröjor och digitalt i sociala medier. BLM:s logotyp är den svarta knutna näven – en symbol för motstånd och svartas rättigheter sedan långt tillbaka i historien. Marginaliserade grupper har i alla tider knutit sina händer och höjt dem

över huvudet som ett sätt att protestera. Det finns i dag många exempel på organisationer som arbetar för att rasifierade och marginaliserade människor ska få ett ökat handlingsutrymme i samhället. I Sverige finns Amphi som tar fram metoder för jämlikhet, antirasism och inkludering på arbetsplatser och inom utbildning. Den feministiska plattformen Hall of Femmes startade 2009 för att lyfta kvinnliga förebilder inom grafisk design, ett område där kvinnors bidrag till att utveckla yrket inte fått tillräckligt erkännande. I Sápmi har, under de senaste åren, många musiker och konstnärer drivit kampen för samiska rättigheter framåt. Konstnärsgruppen Suohpanterror använder populärkulturen och propagandans formspråk för att lyfta

frågor om begränsad rätt till landområden och kulturell appropriering. Det är ett begrepp som beskriver maktförhållanden i fråga om att nyttja och utnyttja andra kulturers kulturella uttryck. Black In Fashion Council i USA jobbar för att bredda representationen inom modevärlden. Afripedia är en normbrytande digital plattform som samlar afrikanska kreatörer inom mode, design och filmproduktion över hela världen.

Fridays For Future, som i dag är en global miljörelse, startades av Greta Thunberg, som den 20 augusti 2018 ensam satte sig utanför Riksdagshuset i Stockholm med en handskrivna skylt där det stod "Skolstrejk för klimatet". Formspråket i Gretas aktion var inte medvetet, men signalerar att vi som individer kan agera utan resurser och använda det lättillgängliga vi har hemma. När ett uttryck som inte gör anspråk på att vara design möter en publik och sprids blir det till design. Gretas formspråk sänder ett budskap: frustration över politikernas bristande ageranden för miljön. Bland annat genom att budskapet delades i

sociala medier fick det världens uppmärksamhet. Sju månader senare arrangerades Global Strike for Future i mer än 140 länder. Över en miljon människor ska ha deltagit i demonstrationerna. Greta Thunberg har på många sätt blivit en symbol för ungas engagemang och en ikon för framtiden. ■

HUR TÄNKER DU?

På vilka sätt kan aktivism se ut?

Vilka forum finns för dig att fritt uttrycka dig och/eller påverka?

Hur kan du använda dig av design för att påverka?

Efterord

Har du tagit del av handboken på egen hand hoppas vi att du nu fått nya tankar och perspektiv på design. Det finns mängder av litteratur och källor för dig som vill fördjupa dig inom designområdet, några finner du på nästa sida i referenslistan. För dig som arbetar med undervisning är design ett utmärkt område att använda sig av i alla ämnen, i denna bok finner du företeelser i vår samtid som rör allt från klimat till politik. Frågorna ger förslag på hur en kan tänka vidare kring och diskutera kring olika designföreteelser.

Boken och dess innehåll hade inte varit möjligt att ta fram utan de olika

kompetenser som bidragit med idéer, feedback och tankar om koncept och innehåll. Tack vare expertis på designområdet, pedagogik och illustration har vi nu en färdig skrift som innehåller dessa tre viktiga element. Innehållet är framtaget med utgångspunkt i Röhsska museets devis Design is everywhere och kunskap i designämnet. Frågorna som hör till varje avsnitt är framtagna i samarbete med designpedagogisk expertis på museet. Illustrationerna är gjorda i samarbete med Illustratörcentrum som genom sin design binder ihop bokens innehåll och olika teman.

REFERENSER

- John Haskett: Design: En introduktion (2006)
Victor Papanek: Design for the real world (1985)
Alice Rawsthorne: Hello World: Where Design Meets Life (2013)
Jeff Werner: Postdemokratisk kultur (2018)
- Helena Hansson, Göteborgs universitet (gu.se)
Rätt plast på rätt plats – vägen till ett mer hållbart samhälle,
Naturskyddsföreningen (naturskyddsforeningen.se)
Globala målen – För hållbar utveckling (globalamalen.se)
-

TEXT Sanna Svanberg på uppdrag av och i samarbete med
Linn Gall, konsulent samtida konst, arkitektur, form och design vid
Förvaltningen för kulturutveckling, Västra Götalandsregionen

TEMATIK OCH INNEHÅLL är framtaget av Förvaltningen för kulturutveckling
i samarbete med Johan Deurell Intendent utställningar och
Louise Brännström Intendent pedagogik vid Röhsska museet – Museum of
Design and Craft, Sveriges enda specialmuseum för design och konsthantverk

ILLUSTRATIONERNA är skapade av Elin Svensson och har tagits fram
i samarbete med Illustratörcentrum – centrumbildning inom bild- och formkonst i Sverige

ART DIRECTOR/GRAFISK FORM Thomas Larsson

Förvaltningen för kulturutveckling, Västra Götalandsregionen 2021

