
Matthijs van Dijk

Design als dialoog van maatschappelijke waarden

Hoe Reframing Studio invulling geeft
aan innovatie vanuit de kunsten



Reframing Studio: Leadership programma voor de gemeente Trondheim, 2019.
Fotografie: Lotte Jacobse

Design is, net zoals kunst, niet onder een noemer te vatten. Er is een enorme verscheidenheid aan rollen die je vanuit beide perspectieven kunt innemen. Ontwerpbureau Reframing Studio kijkt naar de samenleving en wil daar door te innoveren een bijdrage aan leveren. Matthijs van Dijk legt uit hoe en waarom.

Als ontwerper neem je, net zoals een kunstenaar, altijd een moralistische positie in. Een designer schrijft in principe anderen voor. Beiden zetten artefacten in de wereld, waar de wereld dan weer op kan reageren. Dat lijkt heel autoritair, hoewel het met hele goede intenties gepaard kan gaan. Maar gelukkig is er vaak nog de ‘handelingsmogelijkheid’ waarop de eindgebruiker of het publiek de ‘dingen’ die we in de wereld hebben gezet kan omarmen of verwerpen. Daar ligt in mijn ogen uiteindelijk het democratische karakter van design en kunst verscholen. Marcel Duchamp schreef al: ‘(...) the creative act is not performed by the artist alone; the spectator brings the work in contact with the external world by deciphering and interpreting its inner qualifications and thus adds his contribution to the creative act’.¹ Zo werkt design ook.

Herdefinitie van ontwerpen

In de afgelopen 25 jaar heeft Reframing Studio zich ontwikkeld naar een ander soort ontwerp-bureau, met een ander soort ontwerper, die wat anders voorschrijft dan een ‘product’. Om uit te leggen wat we doen is het belangrijk terug te gaan in de geschiedenis. Sinds 1992 sta ik met een been in Reframing Studio, en met het andere in de Technische Universiteit (TU) Delft. Ik werd destijds als Toegevoegd Onderzoeker medeverantwoordelijk voor het onderzoeksproject *Visie in Productontwikkeling* (ViP) aan de faculteit Industrieel Ontwerpen (IO). We hadden geen idee waar te beginnen. In de designvolksmond had iedereen het over ‘visie’, maar wat het precies was wist niemand. Daar gingen we onze tanden eens in zetten. De eerste doorbraak was een herdefinitie van wat we onder ontwerpen verstaan: ontwerpen gaat niet over ‘het ontwerpen van dingen’, maar over het ontwerpen van relaties die de dingen met mensen aangaan. In de relatie kan het onderliggende doel van een ontwerp zich ontrafelen. De dingen zijn slechts instrumenten om belangen bij eindgebruikers te adresseren of ‘wakker te maken’, en bepaalde effecten, zoals gedrag, ervaringen en emoties, te doen realiseren. We zijn dus in eerste instantie relatieontwerpers. Juist dat wat niet tastbaar is, het ‘hoe’, is de kern van het ontwerpen. Het ‘ding’ kan van alles zijn. Niet alleen een fysiek product, maar ook een dienst of beleid, of een combinatie. We schreven destijds: ‘Zoek naar dat instrument

dat met minimale middelen het maximale effect bij de eindgebruiker zal doen laten ontstaan’ (Boselie et al. 1985). Dat wil niet zeggen dat deze instrumenten er als zodanig niet toe doen. Het komt er juist op aan dat de eindgebruiker ze op de beoogde manier waarneemt om zodoende het gewenste effect te realiseren.

Maar met het ‘hoe’, naast het ‘wat’, misten we nog een belangrijk inzicht. Waarom doet die relatie er eigenlijk toe? We grepen terug naar evolutionaire theorieën: een ontwerp krijgt door de relatie die het aangaat met zijn eindgebruiker pas betekenis in context. Context wordt niet alleen gekleurd door de fysieke eigenschappen van de omgeving maar ook door opvattingen, ideeën en waarheden die zich hierbinnen manifesteren, binnen allerlei kennisdomeinen zoals sociologie, psychologie, filosofie, economie, religie. Context is dus metacomplex. Context is in eerste instantie iets waar je als ontwerper ontvankelijk voor moet zijn, je nederig naar moet opstellen, en varieert per domein en plaats. Ontwerpen binnen de gezondheidszorg voor Japan is per definitie iets anders dan voor hetzelfde domein voor Nederland. Ontwerpen binnen het domein van de gezondheidszorg in Japan is per definitie wat anders dan binnen het domein van mobiliteit in hetzelfde land.

Hoe kun je dan op basis van deze context–relatie–instrumentsamenhang, de waarom–hoe–watsamenhang, als drager van betekenis gaan ontwerpen? Want ontwerpen is niet alleen beschouwen of begrijpen, maar ook ‘doen’, dingen in de wereld zetten! Telkens weer verrast het me dat er zo’n enorm onderscheid is tussen de ‘wereld begrijpen’ aan de ene kant, en de wereld voorzien van ‘handelingsmogelijkheden’ aan de andere. →

Flip-over bij het Leadership programma voor de gemeente Trondheim, 2019. Fotografie: Lotte Jacobse



Toekomstige context

Dan is het belangrijk in beschouwing te nemen dat context varieert in 'tijd'. De context van mobiliteit in Japan is in 2019 per definitie anders dan in 2025 of in 2035. We moeten vermijden dat gedurende de tijd die nodig is voor ontwikkeling, operationalisatie en distributie het ontwerp op het moment van samenlevings- of marktintroductie achterhaald en betekenisloos is. Daarnaast heeft elk ontwerp een bepaalde gewenste levensduur. Dat wat we vandaag ontwerpen manifesteert zich per definitie in een tijds-corridor in de toekomst.

Om het waarom als ontwerper te begrijpen moet de context dus altijd de toekomstige context zijn. En die moet je in kaart kunnen brengen zonder dat je aan de complexiteit ervan voorbijgaat. Je als ontwerper verplaatsen in de toekomst is noodzakelijk, geen tijdelijke theoretische bevestiging of spelerei. Ontwerpen is antwoord geven op het toekomstige waarom, hoe en wat.

Uiteindelijk heeft ViP een ontwerpproces opgeleverd dat in eerste instantie helpt een toekomstige context in kaart te brengen en te begrijpen. Deze visie op de toekomstige samenleving en hoe mensen zich daarbinnen manifesteren is de referentie om stap voor stap, via het hoe, tot betekenisvolle ontwerpen, het wat, te kunnen komen. De eerste contouren hiervan werden zichtbaar rond 1995. De afgelopen 25 jaar hebben we het proces, zowel binnen IO als binnen Reframing Studio, op basis van projecten met overheden, ngo's en bedrijven verder uitgediept. Ook hebben we ViP gelinkt aan theorieën in relatie tot ethiek, strategie, branding, duurzame competitieve positionering, economische modellen en organisatieontwikkeling. Dit resulteerde in de boeken *Vision in design, a guidebook for innovators* (Hekkert et al. 2011) en *Strategic design* (Calabretta et al. 2016).

Waardekader

De toekomstige context is de Reframe voor Reframing Studio. De Reframe geeft inzicht in hoe mensen zich in een toekomstige samenleving manifesteren, uitgedrukt in (vaak pluri-forme) toekomstige *practices* van toekomstig handelen, gedrag, houdingen en opvattingen. Deze *practices* zijn (nog) niet dat wat we wenselijk vinden maar dat waar we in alle waarschijnlijkheid met onze samenleving naar toe bewegen.

We zijn van mening dat je de wereld pas kunt veranderen nadat je hem in al zijn schoonheid en lelijkheid omarmd hebt. We hebben in de afgelopen 25 jaar door het gebruik van allerlei gereedschappen het in kaart brengen van de waarschijnlijke toekomstige wereld heel goed onder de knie gekregen. Het is de nieuwe referentie om te kunnen snappen wat we met de samenleving willen. In de waarschijnlijke toekomstige wereld zal bijvoorbeeld de verdeling van kapitaal nog meer uit evenwicht zijn. Vanaf nu kunnen we ons afvragen of we ons kunnen verenigen, vanuit ons eigen waardesysteem, met hoe mensen zich in de toekomst manifesteren. Wat willen we nu eigenlijk met mensen in die toekomstige samenleving? Een gelijkere verdeling van kapitaal? Dan kun je de waarschijnlijke toekomstige wereld proberen te veranderen naar een realistische wenselijke wereld. Niet een idealistische wereld. Welk waarde kader ligt daaraan ten grondslag? Solidariteit? Gelijkwaardigheid? Rechtvaardigheid? Eigen verantwoordelijkheid? Welke relaties tussen eindgebruikers en instrumenten zijn daardoor gepast? Welke instrumenten zijn het meest effectief?

Kern van ons designwerk is dat wij organisaties helpen om een positie in te nemen in de waarschijnlijke toekomstige samenleving vanuit een door hen omarmd waarde kader, waarmee zij begrijpen welke realistische doelen ze voor ogen hebben met mensen in onze toekomstige samenleving. Dat kunnen klanten, consumenten of burgers zijn. Dit waarde kader zou je het liefst samen met andere verantwoordelijke organisaties opstellen, zodat er een gemeenschappelijk geweten ontstaat en effectieve samenwerking mogelijk is om een wenselijke wereld te realiseren. Daarnaast geven we organisaties advies hoe ze hun eigen bestaansrecht in de toekomst kunnen bewerkstelligen door betekenisvolle instrumenten in de wereld te zetten die de beoogde doelen met mensen doen realiseren. Dat kan dus van alles zijn: beleid, diensten, producten. Als laatste geven we advies hoe de verbinding te maken tussen het nu en de toekomst. Wat kunnen we morgen gaan doen als eerste stap naar een samenleving die we graag willen? De toekomstige uitkomsten van Reframing maken namelijk ook duidelijk wat in het heden al toekomstbestendig is. Niet alles in de toekomst hoeft anders te zijn. Innovatie is voor

ons eerst begrijpen wat je mee kunt nemen uit het nu naar de toekomst (dat geeft de organisatie waar je mee werkt ook veel meer zelfvertrouwen), en vervolgens beslissen waarmee je als organisatie moet stoppen, waardoor er ruimte ontstaat om dat wat er nog niet is te kunnen gaan ontwikkelen.

Valkuil

Reframing Studio is dus een procesexpert. Onze ontwerpprofessionaliteit ligt in het kunnen hanteren van procesgereedschappen, het toe-eigenen van (wetenschappelijke) kennis uit andere domeinen, zoals sociologie, psychologie, filosofie, economie en biologie, het maken van nieuwe kennis, natuurlijk in het ‘maken van instrumenten’ en het begeleiden van de opdrachtgever (en andere aangesloten organisaties) om voorbij te kunnen gaan aan eigen particuliere opvattingen over de wereld van morgen. We willen niet in de valkuil van designpopulisme stappen om aan het volk te vragen hoe zij, vaak vanuit eigenbelangen, denken dat onze samenleving eruit zou moeten zien. We gaan niet uit van het oplossen van problemen in het nu. Ik durf zelfs heel expliciet te maken dat wanneer we alle problemen in het nu zouden hebben opgelost, het nog maar de vraag is of we dan een samenleving hebben gecreëerd die ertoe doet. We zijn geen domeinexpert in de oude betekenis van het woord, als in productexperts op het gebied van mobiliteit, zorg, fast-moving, interieur of nieuwe media. Waar trouwens niets mis mee is. We zijn een toekomstige samenlevingsexpert, in relatie tot psychiatrie, democratie, openbaar vervoer, kunstpodia, seksualiteit, onderwijs en informatie. We zijn een hybride tussen onderzoekers, consultants en ontwerpers, geleid door uitkomsten van een proces.

Daarom = waarom

Maar wat schrijven we nu voor? Waar kan men in ons design voor kiezen? Vanuit Reframing Studio is dat voor waarden. Waarden waarvan wij denken dat ze relevant voor een samenleving zijn en waarmee we begrijpen hoe een waarschijnlijke wereld naar een realistische wenselijke wereld kan worden getransformeerd. Dat is de essentie. Een ontwerper is niet idealistisch, want dat betekent dat de doelen die je voor ogen hebt met de samenleving waarschijnlijk niet gerealiseerd

zullen worden. Dan sta je aan het einde van de rit met lege handen, of, erger, is er een onwenselijke situatie ontstaan. Dat kan de bedoeling toch niet zijn?

Dingen in de wereld zetten als overeenkomst tussen design en kunst. Daar begon ik mee. Toch is voor mij kunst geen design en design geen kunst. Waar ligt dan het wezenlijke verschil? Ik denk in het motief waarmee we dingen in de wereld zetten. Een inleidende tekst van Honoré d’O over zijn nieuwe werk is de sleutel om het uit te leggen. ‘Daarom is waarom. Kunst stelt de vraag, maar ze geeft geen antwoord’ (O et al. 2019).

Daarom = waarom. Het daarom gaat over de – waarneembare – symptomen. Kunst lijkt dus de symptomen van de huidige samenleving bloot te leggen, zonder te proberen te achterhalen waar die symptomen vandaan komen. Dat is haar rol ook niet. Ook niet bij social practice art. De symptomen zijn wel het enige waarvan je kunt zeggen: dat is waar. Kunst structureert de complexe samenleving door symptomen op te tekenen. De conceptuele kunst uit de jaren zeventig reflecteert bijvoorbeeld op de informatiesamenleving (Winkel 2012). Het protocol als conceptueel kunstwerk. Maar het zijn alleen maar protocollen die eruitzien als protocollen. Ze zijn niet echt te gebruiken. Het protocol als een visueel archetype, als esthetische manifestatie.

Als kunst daarom = waarom is, dan is design waarom = daarom. Wij geven dus wel antwoord. ●

Literatuur

- Boselie, F. en E. Leeuwenberg (1985) ‘Birkhoff revisited: beauty as a function of effect and means’. In: *The American Journal of Psychology*, jrg. 98, nr. 1, 1-39.
- Calabretta, G., G. Gemser en I. Karpen (2016) *Strategic design: eight essential practices every strategic designer must master*. Amsterdam: BIS.
- Hekkert, P. en M. van Dijk (2011) *Vision in design: a guidebook for innovators*. Amsterdam: BIS.

O, H. d’ en L. Lambrecht (2019) *Meeting Bruegel book: God is a child*. Gent: S.M.A.K.

Winkel, C. van (2012) *During the exhibition...: contemporary art and the paradoxes of conceptualism*. Amsterdam: Valiz.

Noot

- 1 www.ubu.com/papers/duchamp_creative.html



Matthijs van Dijk is een van de oprichters van Reframing Studio en hoogleraar bij Industrieel Ontwerpen (TU Delft) en Architecture & Design (NTNU in Noorwegen)