

items
4/5
2009

dubbelnummer

€ 19,50

Anouk Vogel
Michiel Schuurman
Stuurbare natuur
Ruimtelijke Interfaces
Foodprint
Machine

items

Relationeel Design

over
design



designoplossingen binnen professionele productdesignmodellen te ontwerpen. Een website als IKEA Hacker creëert een secundaire markt voor nieuwe designs (redesigns) door enthousiastelingen – al dan niet designers, in elk geval consumenten die werken met een sociaal uitwisselingsmodel dat niet wordt beheerd door de eigendomsverhoudingen die gelden in de conventionele klant-designerrelatie of de traditionele markteconomie. Sociologische aspecten zijn voor designers als Dunne en Raby het eigenlijke onderwerp van onderzoek, of het nu gaat om de individuele psychologische betrokkenheid van eigenaars bij hun bezittingen of om collectieve maatschappelijke waarden die door nieuwe technologieën op de proef worden gesteld.

Het doe-het-zelfkarakter van onze eigentijdse cultuur, dat leidde tot het ontstaan van tijdschriften als *Craft*, *Make* en *Readymade*, duidt op een hernieuwde interesse in procedurele, onderwijzende en participerende benaderingen van vormgeving. Voor een tentoonstelling van grafische ontwerpen in 2006 creëerden Luna Maurer en Jonathan Puckey doe-het-zelfpakketten voor het maken van posters, waarbij ze gebruikmaakten van spelletjesachtige en op spelregels gebaseerde instructies voor de deelnemers. In *Re-Shuffle/Notions of an Itinerant Museum* (2006) laat designstudio Project Projects de bezoekers hun eigen draagbare tentoonstellingscatalogus samenstellen uit de aanwezige, van reëfdruk voorziene dozen, kaarten en poststickers. De makers van de Roomba, een robotstofzuiger, bieden een gratis doe-het-zelf-

pakket aan waarmee robotfanaten talloze onconventionele versies van het apparaat kunnen bouwen – hier wordt design en innovatie aan de klant overgelaten. Dergelijke vormen van participatie bestrijken een breed spectrum waarin de mate van participatie sterk uiteenloopt – van het zelf kiezen van stijlelementen op een paar Nike-schoenen (een tamelijk beperkte keuzemogelijkheid) tot vrijblijvende instructies ten behoeve van even vrije interpretaties. De materiële keuzes die de print-on-demand-dienst Lulu biedt mogen dan beperkt zijn, de keuze uit mogelijkheden voor inhoud en lay-out zijn legio. De interpretatieruimte en hoeveelheid keuzemogelijkheden bepalen, naast andere factoren, hoeveel vrijheden de gebruiker zich kan veroorloven.

Vormloosheid

Een andere belangrijke manifestatie van relationeel design is de gedecentraliseerde rol van de designer, althans in vergelijking tot de rol die hij traditioneel speelde. In de jaren tachtig kreeg de designer-als-auteur steeds meer macht, maar de relationeel designer opereert in een ander systeem en neemt daar eerder een plaats in die vergelijkbaar is met die van redacteur of curator – iemand die het proces faciliteert en begeleidt zonder dat hij of zij noodzakelijkerwijs het eindresultaat controleert. Het ontwerpen van kaders heeft hier voorrang op het ontwerpen van afzonderlijke objecten, waarbij procedures zonder een vastomlijnde einddoelstelling (*open-ended*) en *'generative systems'* een centrale rol spelen.

Het Poster Wall-project (2008) van Lust voor het Grafisch Design Museum te Breda genereert tot wel 600 unieke digitale posters per dag, door gebruik te maken van talloze internetbronnen. In dit extreme voorbeeld, waarbij de selectiecriteria en compositorische keuzes worden overgelaten aan een algoritmisch programma, is de hele notie van design verschoven van het object naar het proces dat het object creëert. Alex Quinto en Eric Ishii Eckhardt ontwierpen een dynamisch logo voor *mnartists.org* (2003), een voortdurend van gedaante wisselende vorm die wordt bepaald door het aantal uploads naar de website. Hier is het ontwerp niet meer dan een stel parameters, waarbij de vorm zelf volstrekt variabel blijft en de toepasselijkheid van het logo geen verband heeft met de uitgedrukte betekenis ervan (*'this shape means this'*) maar wel met de programmatische logica erachter (*'deze vorm weerspiegelt andere handelingen'*). In 2008 bood designfirma Bunch andere ontwerpers aan haar nieuwe bedrijfsidentiteit te herinterpreteren en aan te passen. Een ongebruikelijk gebaar, gezien de notie van eigendom die normaliter met bedrijfsidentiteit is verbonden, en dan met name die van een designfirma. Deze omhelzing van het idee van outsourcing en 'crowdsourcing' zien we ook terug in businessmodellen als die van Threadless. In 2003 creëerde LettError een letterfont voor de tweelingstad Minneapolis/St. Paul genaamd Twin, dat van zwaarte en vorm verandert al naar gelang veranderingen in bijvoorbeeld de gemiddelde buitentemperatuur. In dit geval bepaalt het format de veranderlijkheid van de typografische

vorm – of het daarbij nu om 'gewoon' drukwerk of een meer dynamische webtoepassing gaat. Op vergelijkbare wijze creëerden de architecten Diller, Scofidio + Renfro hun *Blur Building* (2002), een structuur voorzien van duizenden sprinklers die nevel verspreiden, zodat het gebouw permanent in een wolk van mist is gehuld. Daarmee schiepen ze een steeds van gedaante veranderende architectuur die voor haar vorm afhankelijk is van atmosferische omstandigheden.

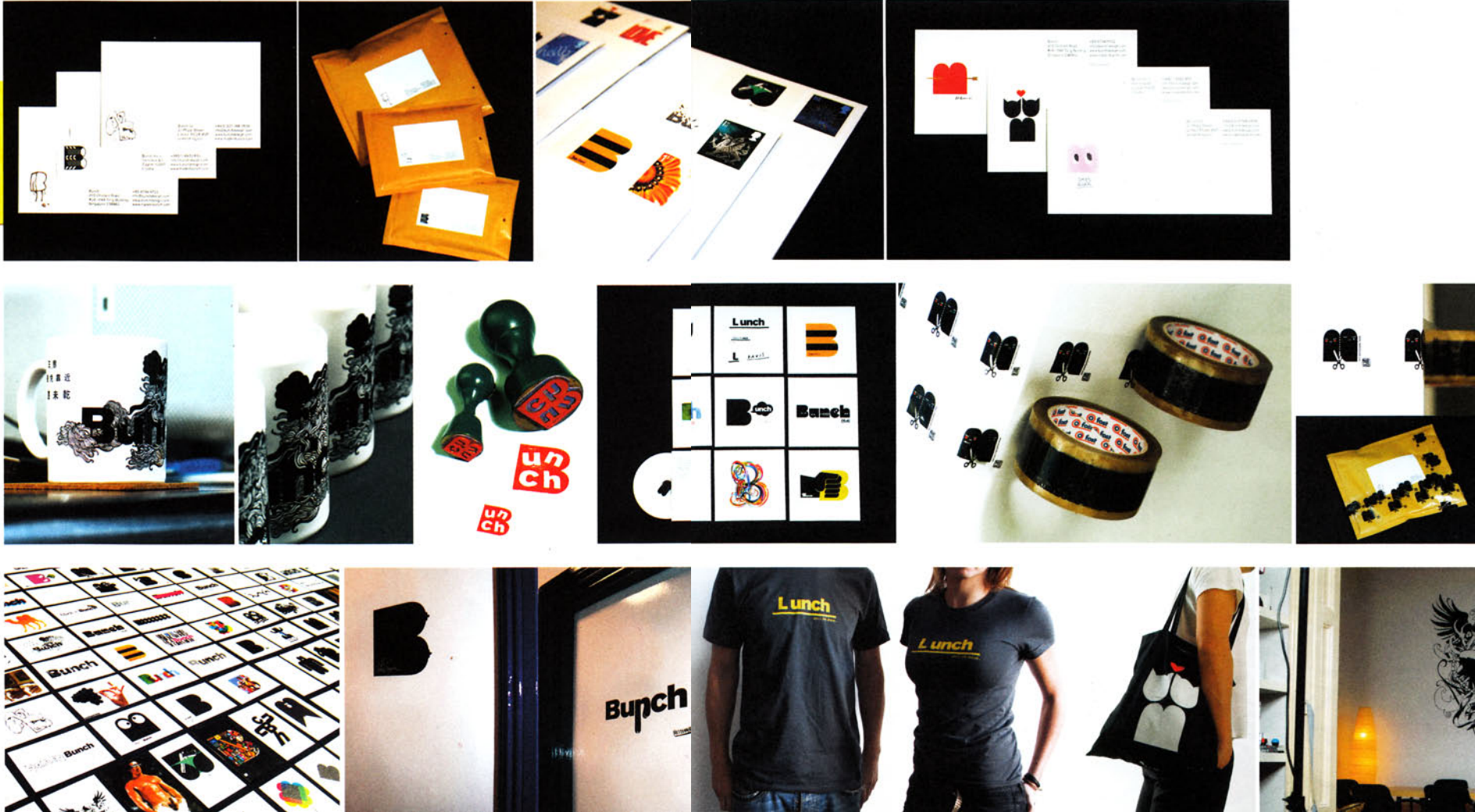
Design zal er altijd zijn, ook in relationeel design.

Dit soort projecten verwijst naar het *'open-ended'* en dus openvoorspelbare karakter van design. Door het gebrek aan controle over het eindresultaat te omhelzen wordt de conventionele notie van de designer als vormgever en hoogste scheidsrechter onderuitgehaald. Ik ben het met Bourriaud eens als hij schrijft: "We zouden het eerder over 'formaties' dan over 'vormen' moeten hebben." Deze opstelling duidt op een dynamischer benadering van het idee van vormmaken, een die formele mogelijkheden eerder verlevendigt dan dat ze die verwerpt en waarin wordt erkend dat de sociale omgeving zich net zo goed laat onderzoeken, ontdekken en aanpassen als de gebouwde omgeving.



Experimental Jetset, *John & Paul & Ringo & George* T-shirt, 2001, en variaties van anderen: het archetype als meme. Zie experimentaljetset.nl/archive/t-shirtism.html

Identiteit voor ontwerpbureau Bunch, outsourced voor re-interpretatie naar andere designers, ca. 2008



Modernista! website, 2008
Een reclamebureau lanceert zijn 'nieuwe website', die functioneert als een kleine navigatiebalk over willekeurige referentiepagina's, om zo de gebruikers door te verwijzen naar bestaande forums als Flickr en MySpace voor de eigen content.

