



Foto: 42nd Street Everybody Installation, Tibor Kalman + M&CO

# Hoe antropologische methoden het ontwerpproces van studenten in het designonderwijs kunnen versterken

Literatuuronderzoek Tina Lenz

Master Kunsteducatie AHK

Begeleider Talita Groenendijk

mei 2016

## Paragraaf 1. Inleiding

In 1991, tijdens mijn studie grafisch ontwerpen aan de kunstacademie, werd mij geleerd om tijdens het ontwerpproces rekening te houden met een opdrachtgever. Vreemd genoeg informeerde geen van de docenten gedurende de bacheloropleiding voor welke doelgroep ik van plan was te ontwerpen. Je verdiepen in de belevingswereld van mensen die jouw ontworpen product of dienst afnemen - een postzegel, affiche, campagne, stoel, kledingstuk, interieur of gebouw - was destijds een onderbelichte invalshoek.

In 2003, inmiddels werkzaam als freelance grafisch ontwerper, won ik een *grant* van 50.000 euro en kreeg hierdoor de mogelijkheid een AIDS preventie-spel voor kinderen te ontwerpen. Bij het ontwikkelen van het pilot-spel in Zambia werd een antropoloog benaderd met kennis van de Copperbelt, een provincie in het Noorden van Zambia waar de kopermijnen zijn. Dit gebied stond bekend om de vele mijnwerkers en hun gezinnen die besmet raakten met het AIDS-virus. Voor mij was de samenwerking met een antropoloog een *eye opener*. Zonder kennis van het land en zijn inwoners had ik nooit een spel met de juiste voorlichting kunnen ontwerpen. Dankzij antropoloog Thera Rasing leerde ik door de ogen van de Zambiaanse kinderen te kijken en lukte het om samen met haar een spelconcept te ontwikkelen dat aansloot op hun belevingswereld.

Deze situatie gaf aanleiding tot de vraag waarom ontwerpers zich niet vaker, buiten de opdrachtgever om, bezig houden met de belevingswereld van de mensen voor wie ze ontwerpen? En zou het niet verstandig zijn om al bij eerstejaars designstudenten te beginnen met het aanbieden van specifieke lesmodules, zodat ze zich vroeg in de ontwikkeling van hun creatieve carrière bewust worden van de wereld buiten hun eigen referentiekader? Vooral nu door globalisering culturen non-stop met elkaar in contact staan, biedt deze ontwikkeling interessante uitdagingen voor ontwerpers. Kijken door de ogen van een ander zou een essentieel onderdeel moeten zijn binnen het ontwerpproces.

Buchanan, professor Design, Management & Innovation, waarschuwt al in 1998: *"We must be alert to new developments and prepare our students for a changing world - not only in technology but in the needs and expectations of the human beings whom we ultimately must serve"* (1998, p. 64). In 2015 verscheen een brief als kabinetsreactie van het Ministerie van OCW en het Ministerie van EZ waarin zijn uitspraak duidelijk weerklank vond. Men signaleert daarin dat naast innovatieve producten en diensten de creatieve industrie zich ook onderscheidt door haar werkwijze. De creatieve ondernemer stelt de behoefte van de gebruiker centraal en gebruikt onder meer verbeelding en prototyping om het resultaat vanaf het begin tastbaar te maken.

Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (2015) vermeldde dat ontwerpers goed zijn in het creëren van denkramen en verrassende verbindingen tot stand brengen. Ze zijn zich echter weinig bewust van de methoden die zij hanteren bij hun onderzoek. Het is vooral een iteratief proces van *trial-and-error*, waarbij men in eerste instantie kiest op basis van intuïtie en ervaring. Bij de faculteit industrieel ontwerpen aan de TU Delft en Eindhoven werkt men al lang met *human-centered* onderzoeksmethoden binnen het ontwerpproces. In het HBO-designonderwijs groeit nu meer en meer de behoefte voor ontwerpend onderzoek met focus op de mens als gebruiker van producten en diensten. Begrippen als *social design* en *participatory design* doen hierbij hun intrede. Het zijn stromingen die zich kenmerken door sociale impact waarbij de mens en zijn omgeving een centrale plaats inneemt in plaats van de opdrachtgever en zijn product. Naar mijn mening biedt antropologie de meest interpreterende benadering aangezien deze wetenschap het sociale en culturele gedrag vanuit *bottom-up* perspectief bestudeert en tracht het menselijk handelen zonder marktwerking met open vizier te benaderen.

Zo onderstreept antropoloog Tunstall dat het succes komt van *human-centered* onderzoek: *“Designers primarily concern themselves with how to create a “successful” communication, product, or experience. But with the past 10 years of globalization, digitalization, and ever increasing design complexity, designers have come to realize that to answer the question of “success” requires that they answer that question of how the processes and artifacts of design help define what it means to be human.”* (2011, para. 2).

Graag wil ik bekijken hoe ontwerpend onderzoek op basis van antropologische methoden in het designonderwijs kan worden toegepast. Voor designstudenten anno 2016 is het van belang om zowel onderscheidend, als vanuit het perspectief van mensen, te ontwerpen. Dit leidt tot de hoofdvraag: **Op welke manier kunnen antropologische methoden het ontwerpproces van studenten in het designonderwijs versterken?**

Hieruit vloeien de volgende deelvragen voort:

1. Welke ontwikkeling is er momenteel gaande met betrekking tot de toenadering tussen de disciplines antropologie en design?
2. Wat is de meerwaarde voor designstudenten om antropologische methoden toe te passen in het ontwerpproces?
3. Welke antropologische methoden kunnen bij het ontwerpproces van designstudenten worden toegepast en op welke manier?
4. Hoe zijn de ervaringen met antropologische methoden in het designonderwijs?

## Leeswijzer

Als eerste beschrijf ik recente ontwikkelingen tussen antropologie en design. Daarna bekijk ik de meerwaarde voor designstudenten om antropologische methoden toe te passen in het ontwerpproces. Vervolgens licht ik toe welke antropologische methoden in het designonderwijs kunnen worden toegepast en zal ik verder de ervaringen in kaart brengen. Tenslotte geef ik antwoord op de vraag hoe deze methoden het ontwerpproces bij studenten van het designonderwijs kunnen versterken.

## Paragraaf 2. Begripsbepaling

**Design** betekent 'ontwerpen' of 'vormgeven' en een ontwerper geeft vorm aan het dagelijkse leven. Buxton (2007) beargumenteert dat schetsen de kernvaardigheid van ontwerpers is. Het woord *designo* werd al in de Renaissance gebruikt voor 'schetsen'. Deze manier van tekenen was destijds voor het maken van plannen - ofwel concepten - en daarmee volgens hem nog steeds actueel. Naast functionaliteit is creativiteit ook een belangrijke factor van design: *"Design draws on rational thinking, but is not merely a rationalized, logical process. It is a process that includes imagination, intuition, feeling and emotion as well"* (Nelson & Stolterman, 2003, p. 124). In dit verslag versta ik onder design alles wat door middel van een creatief denkproces vorm krijgt waarbij, eventuele problemen worden opgelost en nieuwe mogelijkheden worden gecreëerd met als doel om de ontwerpen toe te passen in het dagelijkse leven. In **paragraaf 3** zal ik kijken welke ontwikkeling momenteel gaande is met betrekking tot de toenadering tussen de disciplines antropologie en design.

**Antropologie** is ontstaan op het kruispunt van ontdekkingen van andere volkeren en de natuurwetenschappen. De eerste antropologen in de 19e eeuw wilden de stadia van de sociale en culturele evolutie reconstrueren. Later is er volgens Monahan en Just (2014) een meer interpretatieve, humanistische benadering voor in de plaats gekomen. Roosens (2002) ziet de antropologie als een empirische en differentiële studie van socioculturele systemen op een gegeven moment in de tijd, maar geplaatst in het kader van de geschiedenis en acculturatie. Antropologie beschouw ik als een wetenschap die mens en gedrag vanuit historische én hedendaagse context onderzoekt. Antropologen doen tegenwoordig onderzoek in de meest uiteenlopende sociale contexten: in high-tech bedrijven, in laboratoria, in stedelijke gebieden tot afgelegen dorpen.

Participerende observatie is de belangrijkste **antropologische methode** waarbij mensen tijdens veldwerk worden geobserveerd in hun dagelijkse situaties. Volgens Malinowski moet de antropoloog daarbij de *native language* leren om het standpunt van de 'inboorling' te begrijpen (Malinowski, 1922). Met interviewen als antropologische methode proberen antropologen grip te krijgen op de normen en waarden binnen een groep waarbij onderzoekstechnieken als film-, foto- en geluidsopnames, tekeningen, archiefonderzoek en *mapping* worden toegepast. Begin 19e eeuw was classificeren - volgens Durkheim en Mauss het vermogen van de mens om universele categoriale betekenis toe te kennen - een gangbare methode. Een halve eeuw later pleit antropoloog Lévi-Strauss dat classificaties slechts oppervlakkige representaties zijn (Monaghan & Just, 2011). Onder antropologische methoden versta ik diverse manieren om mensen en hun gedrag nauwkeurig in kaart te brengen. In **paragraaf 4** zal ik verder ingaan op de meerwaarde van het toepassen van antropologische methoden in het ontwerpproces.

De eerste stappen in ieder **ontwerpproces** is het herkennen van problemen en maken van beslissingen van waaruit een oplossing voortvloeit (Ching, 1996). In dit verslag versta ik onder ontwerpproces verschillende fases welke in opeenvolging worden uitgevoerd of herhaald (iteratief) als een *loop* om veranderingen door te voeren van een vorige fase. Het oorspronkelijk model, ofwel prototype, wordt daarbij geëvalueerd en veranderd voordat het eindresultaat wordt gepresenteerd. In **paragraaf 5** zal ik verder ingaan op welke antropologische methoden bij het ontwerpproces kunnen worden toegepast.

Bij **designonderwijs** kan je kiezen voor de faculteit industrieel ontwerpen als onderdeel van de Technische Universiteit waar volgens Oosterman (2013) design zich primair tot doel stelt het oplossen van een technisch probleem of een designopleiding aan kunstacademie waar design als toegepaste kunst zich op exclusiviteit en onderscheidend vermogen richt. HBO-designonderwijs bestaat uit afstudeerrichtingen als interactieve media, grafisch ontwerpen, product design, industrieel ontwerpen, crossmedia design, gamedesign en ruimtelijk ontwerpen. In tegenstelling tot de autonome kunsten zoals schilderen, grafiek en sculptuur worden toegepaste kunsten vaak functioneel gebruikt in het dagelijkse leven. Designonderwijs werkt volgens Vande Zande (2011) op basis van interdisciplinaire instructies met onderwerpen die relevant zijn voor de student om een kritische houding te bevorderen, nieuwsgierigheid te stimuleren en reflectieve ontdekkingen aan te moedigen. In **paragraaf 6** zal ik ervaringen beschrijven omtrent het toepassen van antropologische methoden in het designonderwijs.

### Paragraaf 3. Beantwoording deelvraag 1

Welke ontwikkeling is er momenteel gaande met betrekking tot de toenadering tussen de disciplines antropologie en design?

In onze samenleving ligt de nadruk op innovatie en verandering, waarbij design een belangrijke positie inneemt (Suchman, 2011) en samen met wetenschap, kunst en technologie hoog op de agenda staat. Gunn en Donovan constateren dat design steeds meer de probleemoplossende benadering als standaard traject los laat. Belangrijke verbindingen tussen mensen, objecten en omgeving doen zich hoofdzakelijk voor in dagelijkse activiteiten en men heeft daarbij vaak andere belevingen dan dat wat de ontwerper van ze verwacht (2012). Volgens Ingold (2009) moet het ontwerpproces ook flexibel, vooruitziend, verbeeldend en toegankelijk zijn voor veranderende condities. Door de groeiende vraag hoe ontwerpers hun creërend vermogen in verbinding kunnen brengen met de mensen die het ontwerp gebruiken is *design antropologie* als nieuw onderzoeksterrein ontstaan. Het is een jonge wetenschap waar antropologen vanuit bestaande analyse en ontwerpers als visionairen elkaar vinden.

Lucy Suchman bracht in *Plans and Situated Action* (1987) design en antropologie voor het eerst samen met focus op interactie tussen mensen en computers. Bedrijven als Xerox PARC en E-Lab introduceerden antropologische methoden in het ontwerpproces waardoor antropologen steeds vaker werden betrokken bij product design en industrieel ontwerpen. Jane Fulton Suri en Liz Sanders waren invloedrijke personen die destijds aan de wieg stonden bij het ontwikkelen van creatieve *participatie* designmethoden om de behoefte en het gedrag van gebruikers van producten en diensten beter te begrijpen. Doel van deze participerende innovatie was het actief mensen betrekken bij het ontwerpproces van ontwerpers, onderzoekers en stakeholders omtrent projecten voor publieke sectoren als Volksgezondheid, telecommunicatiebedrijven, musea, ed.

Ontwerpers zoeken oplossingen door verbanden te leggen tussen verleden, heden en toekomst. Antropologen volgen dynamische situaties en sociale relaties door mensen te observeren in hun dagelijkse omgeving (Gunn, Otto en Smith, 2013).

Design brengt twee belangrijke factoren als fundament aan *design antropologie*:

1. Design heeft een verbindende rol tussen de bestaande realiteit en het creëren van een toekomstvisie. Waar de antropoloog interesse toont in sociale veranderingen en toekomstplannen, ontbreekt het hem om actief deel te nemen aan het vormgeven van visionaire concepten.
2. Men breekt met de traditie van de antropoloog die als wetenschapper solitair werkt aangezien deelnemers in multi-disciplinaire designteams samen vanuit verschillende rollen ontwerpend onderzoeken.

Andersom voegt antropologie drie pijlers toe als fundament aan *design antropologie*:

- allereerst de rijke traditie van theorieën en culturele interpretatie (Geertz, 1973) voor het kritisch analyseren van concepten,
- ten tweede systematisch het verleden onderzoeken om de toekomst te begrijpen,
- als laatste verleent de antropologie een bijzondere sensibiliteit bij het valoriseren van design in relatie met mensen (Gunn, Otto & Smith, 2013).

*Design antropologie* legt hierbij fragmentarische verbanden tussen verleden, heden en toekomst om met de visie vanuit het verleden te kunnen werken aan hedendaagse processen naar een ontwerp voor toekomst (Gunn & Donovan, 2012).

Met deze bevindingen kom ik tot de conclusie dat de afgelopen decennia design en antropologie vakoverstijgend steeds meer zijn gaan samenwerken resulterend in *design antropologie*. Deze versmelting biedt nieuwe uitdagingen: antropologen worden deelgenoot bij het vormgeven van innovatieve concepten en ontwerpers leren kijken naar het verleden om de toekomst te begrijpen. Een constante factor bij *design antropologie* is dat ontwerpers, antropologen en stakeholders steeds meer in teams samenwerken en mensen, gebruikmakend van producten of diensten, als participanten worden betrokken bij het onderzoek. Het toepassen van antropologische methoden vindt plaats niet alleen in het begin maar door het gehele ontwerpproces om zo kwalitatief inzicht te krijgen in de behoefte en het gedrag van mensen. In de volgende deelvraag bekijk ik of het toepassen van antropologische methoden in het ontwerpproces ook een meerwaarde kan zijn voor designstudenten.

## Paragraaf 4. Beantwoording deelvraag 2

Wat is de meerwaarde voor designstudenten om antropologische methoden toe te passen in het ontwerpproces?

De expertise van de designprofessional is de laatste jaren behoorlijk veranderd aangezien iedereen tegenwoordig een logo kan ontwerpen op de computer, 3D objecten in een *FabLab* laat uitprinten en een zelf vormgegeven boek in oplage bestelt bij de HEMA. Om toegevoegde waarde te creëren zoeken ontwerpers naar meer maatschappelijke relevantie in hun ontwerppraktijk en stromingen als *social design* en *participatory design* doen hierbij hun intrede. Beide doen aanspraak op de verantwoordelijkheid van ontwerpers om voor het welzijn van de mensheid te ontwerpen, sociale innovaties te bedenken en mensen deelgenoot, ook wel participant, te maken van het ontwerpproces. Een verandering die Buchanan in zijn designtheorie voorspelde en Junginger (2005) verwoordt: "*Historically, design has concerned itself with aspects of the look and feel of two-dimensional symbols and three-dimensional things. Graphic designers provided posters, industrial designers goods for manufacturing. But over the last few decades, design has moved into designing actions and environments* (Buchanan, 1995)" (para. 1).

Evenwijdig aan deze verschuiving verkrijgt een groeiend aantal mensen toegang tot producten door globalisering. Dit roept vragen op bij ontwerpers hoe te reageren op de sociale en culturele waarden van de nieuwe groep gebruikers (Van Boeijen, 2014). Deze processen doen ook een beroep op designstudenten aangezien zij de wereld van morgen ontwerpen. Van Boeijen constateert dat studenten verhoudingsgewijs zich meer richten op het oplossen van problemen rondom het ontwerp dan mogelijkheden te vinden in relatie met de socio-culturele waarden van de gebruikers van het ontwerp. Voor het designonderwijs bevindt zich hier een uitdaging om studenten te motiveren vanuit het perspectief van de gebruiker te kijken. Van Boeijen (2013) noemt dat het aanbieden van een extra lens om te kijken naar cultuur en daarmee het individuele te onderscheiden van het universele. Bij ontwerpen in een culturele, politieke, religieuze en economische context moeten dus alle aspecten van het leven van de gebruiker in ogenschouw worden genomen anders is het ontwerp alleen gebaseerd op secundaire bronnen, slecht gefundeerde aannames en de eigen ervaring van de ontwerper (Mink, 2015, p. 14).

Volgens Salman (2015) ligt de kracht van antropologie in het achterhalen van de percepties en praktijken van mensen, die achter de gehanteerde termen en categorieën schuilgaan. Antropologen geven een actueel beeld van wat werkelijk speelt in onze wereld achter de grove categorisering en te rappe oordelen. Oude gewoontes worden vervangen door nieuwe en antropologen trachten mee te gaan met de stroom van



veranderingen om de situatie zo duidelijk mogelijk in beeld te brengen. Zoals de antropoloog vaak langdurig leeft bij de mensen om observaties te maken, zo pleiten Nelson en Stolterman voor ontwerpers: *"Like anthropologists, designers have to begin with immersion in real-life situations to gain insight into experiences and meanings that form the basis for reflection, imagination and design"* (2012, p. 18). Ook Tim Brown, onderstreept dat ontwerpers naar buiten moeten om mensen met hun ervaringen in de echte wereld te observeren in plaats van te vertrouwen op kwantitatieve data om daar hun inzichten op te bouwen (Otto & Smith, 2013).

Fulton Suri vraagt zich in haar essay *'Poetic Observation: What Designers Make of What They See'* (Clarke, et al., 2011) af wat het voor ontwerpers betekent wanneer je meer aandacht geeft aan het observeren van mensen, objecten en situaties in de wereld. Ze beargumenteert het belang van observerend onderzoek als een poëtische strategie in het ontwerpproces en benadrukt dat mentale en fysieke ervaringen belangrijk zijn voor een organische en intuïtieve werkwijze. Nieuwsgierigheid bij het identificeren van culturele behoeftes genereren inspiratie en serendipiteit waardoor de uitkomst van het project zich vaak vanzelf openbaart. Fulton Suri heeft de ambitie om sociale perspectieven te integreren in de ontwerppraktijk en vindt het essentieel dat ontwerpers tijd vrij maken om te observeren zonder een vooropgezet plan. Ze etaleert vier perspectieven die ontwerpers willekeurig kunnen aanwenden: observeren van contrasten in culturen brengt waardevolle indrukken; mensen, objecten, situaties vanuit schoonheid en interesse bekijken biedt een bron van fascinatie; spontane observaties met de juiste katalysator boren nieuwe ontdekkingen aan en door het scherpe oog van de ontwerper kunnen uit essenties van observaties visuele metaforen worden gedestilleerd.

Kortom, door de verschuiving van vorm & functie richting maatschappelijke relevantie bij ontwerpen groeit ook in het designonderwijs de vraag naar onderzoeksmethoden. Inlevingsvermogen in alledaagse situaties van mensen als een belangrijke meerwaarde voor studenten om antropologische methoden toe te passen. Antropologie helpt in het achterhalen van de percepties en praktijken van mensen. Met participerende observatie leren studenten te kijken door een 'culturele bril' waarbij men scherper reflecteert vanuit een doorontwikkeld wereldbeeld. Designstudenten moeten de deur uit om mensen in de echte wereld te observeren en zo open te staan voor culturele interpretaties. Observeren kan daarbij inspiratie opwekken en effectief bijdragen aan de output van een ontwerp. In de volgende deelvraag ga ik dieper op het toepassen van antropologische methoden in bij het ontwerpproces van designstudenten.

### **Paragraaf 5. Beantwoording deelvraag 3**

Welke antropologische methoden kunnen bij het ontwerpproces van designstudenten worden toegepast en op welke manier?

Antropologie heeft als wetenschap een beschrijvend karakter en de antropoloog probeert vanuit veldwerk met participerende observatie en interviewtechnieken kenmerken van een bepaalde leefwereld binnen een cultuur in kaart te brengen en te interpreteren. Om deze deelvraag te beantwoorden heb ik gekozen voor vier antropologische methoden die vanuit ontwerpend onderzoek het beste aansluiten bij het designonderwijs.

#### **Paragraaf 5.1 Methode participierend observeren: het veld in gaan**

In de antropologie is veldwerk de belangrijkste vorm van onderzoek met als methode participerende observatie. Veldwerk kan een vitale rol spelen bij het activeren van een ontwerpproces. Volgens Batic worden lessen door digitalisering overstroomd met virtuele informatie en de computer is daarbij in het leslokaal een essentiële tool geworden. Echter, een foto of video is alleen een informatiedrager. Je kan er niet doorheen lopen, ernaar luisteren, eraan ruiken, aanraken en beoordelen (Batic, 2011, p. 78). Veldwerk kan deze ervaring wel bewerkstelligen en stelt studenten in de gelegenheid beelden in zijn context waar te nemen die ze anders alleen als reproductie zouden zien. Studenten beleven de dagelijkse realiteit buiten het leslokaal vanuit een ander perspectief. Ze nemen de rol van gebruiker aan en leren beter beslissingen in het ontwerpproces te nemen. Daarbij heeft 'de straat op gaan' meer effect dan foto's van 'de straat' in een presentatie te tonen. Studenten ontwikkelen sensibiliteit voor de manier hoe een ruimte is ingedeeld, met betrekking tot zowel het gebruikersgemak als de artistieke waarde. Ze schakelen kennis en ervaring in om de esthetische waarde vanuit het perspectief van de gebruiker te kunnen beoordelen. Tot slot ondervinden studenten sensorische ervaringen die kunnen dienen als basis voor het vinden van oplossingen voor een ontwerp opdracht.

#### **Paragraaf 5.2 Methode interviewen: *Cultural Probes* als zelfrapportage**

*Cultural Probes* zijn ontworpen pakketten met opdrachten die nieuwe perspectieven op het alledaagse leven uitlokken. Door respondenten op een creatieve manier aan het onderzoek te laten participeren doen de onderzoekers inspiratie op. De deelnemers ontvangen een 'action package' en doen zo aan zelfrapportage. De *Probe toolkit* (werkset) is voorzien van materialen als een camera, oefenboek, pen, schaar, stickers, postkaarten, dagboek, kaarten, etc. om antwoorden te construeren op vragen van de onderzoekers. Met *Cultural Probes* wordt spelenderwijs data verzameld over gedachten,

gewoonten en gebruikselementen. Deze creatieve methode van interviewen vertrekt vanuit mensen in levensechte contexten maar geeft tegelijk ontwerpers de vrijheid om de verzamelde data op eigen wijze te verwerken en te interpreteren. In de wetenschap zijn er echter regels voor het interpreteren van data. Het is een belangrijke terugkerende kritiek dat antropologische data niet meetbaar, subjectief en multi-interpretable zijn. '*Je bent je eigen meetinstrument*' is hier van toepassing, maar daarmee niet helemaal vrij om te interpreteren. Ontwerpers kunnen daarentegen flexibeler omgaan met data.

Gaver, Dunne en Pacenti introduceerden eind jaren '90 *Cultural Probes* om deelnemers uit de sleur van alledag te halen en de kunstenaarsgroep *Internazionale Situazionista* was daarbij hun inspiratiebron. Deze kunstzinnig-politieke beweging deed verrassende interventies zoals bijvoorbeeld toeren door het Duitse landschap met een kaart van de Londense metro. *Cultural Probes* zijn bewust dubbelzinnig en attractief ontworpen met als doel de deelnemers op een speelse, open manier uit te dagen om te discussiëren over toekomstvisies (Gaver et al., 1999). Doel van de *Cultural Probe* is de ondervraagde zelf te activeren zijn inzichten op een creatieve manier te documenteren en het belang ligt bij het onderzoeken van de subjectieve wereld van de deelnemer.

### **Paragraaf 5.3 Methode classificeren: verscherpen van de culturele bril**

Van Boeijen (2014) bekijkt hoe master designstudenten TU Delft een culturele studie kunnen doen in the context van hun designproject. De socioculturele dimensies gebaseerd op antropologie behandelden sociale thema's die in relaties met andere culturen sterk verschillen. De classificatiemethodes, ontwikkelt door de antropologen Hofstede (1997), Trompenaars, et al. (1998) en House, et al. (2004), kunnen ontwerpers ondersteunen in het ontwerpproces. Van Boeijen wilde weten of deze methoden ook designstudenten hielp hun 'culturele bril' te verscherpen. De uitdaging was hierbij hoe een designstudent kan worden gemotiveerd in het ontwikkelen van een 'culturele bril'. Een sterk aspect van de socioculturele dimensies is de manier waarop men een cultuur beschrijft zonder te oordelen. Deze kracht is tegelijkertijd ook de zwakte; ook al moet je de dimensies goed begrijpen, ontwerpers hebben nooit tijd en aandacht hiervoor. En ondanks de drempels zijn er ook voordelen om deze culturele dimensies te gebruiken:

1. De dimensies genereren relevante vragen in de ontdekkingsfase van het ontwerpproces en helpt bij het structureren en communiceren van de vondsten.
2. De dimensies kunnen worden gebruikt om de context van de gebruiker in kaart te brengen en visionaire ideeën te genereren.

## **Paragraaf 5.4 Methode interpreteren: *Design Thinking* in 5 stappen**

*Design Thinking* stelt de mens centraal en gaat uit van de sensibiliteit van de ontwerper om behoeften en motivaties van de mensen te kunnen waarnemen en interpreteren. Het biedt mogelijkheden om concepten te ontwikkelen die betekenisvol zijn. Daarnaast mogen ideeën mislukken aangezien men van fouten kan leren. Door feedback en het bijschaven van gekozen oplossingen komt men weer tot nieuwe ideeën (Plaisier, 2015).

*Design Thinking* is onderverdeeld in vijf fases die stapsgewijs kunnen worden toegepast:

**1. ONTDEKKEN** Kennis, begrip en inlevingsvermogen zijn van belang om zinvolle oplossingen voor mensen te creëren. **2. INTERPRETEREN** Veldwerk, observaties en interviews zijn van grote waarde voor inspiratie. Door gegevens, gedachten en meningen te sorteren kan men ze duiden en omzetten naar bruikbare mogelijkheden voor design. **3. IDEEVORMING** Brainstormen door zonder beperkingen vrij te associëren. Soms geeft een bizar idee net dat vonkje voor honderden visionaire ideeën. **4. EXPERIMENTEREN** Testen brengt ideeën tot leven. Het bouwen van een model maakt ideeën tastbaar en het delen van bevindingen levert nieuwe inzichten op. **5. EVOLUEREN** Doorontwikkeling vergt tijd en verloopt vaak via subtiele wijzigingen van iteratief slijpen aan ideeën waarbij het ontwerpproces wordt vastgelegd.

Daarmee kom ik tot de conclusie dat het toepassen van **participerende observatie** als antropologische methode een belangrijke factor is bij het ontwikkelen van een ontwerpproces. Designstudenten worden aangeraden naar buiten te gaan om zijn bekende omgeving te herontdekken als een 'toerist' om zo de dagelijkse realiteit bij mensen vanuit een ander perspectief waar te nemen. **Cultural Probes** doen daarbij aanspraak op het onderscheidende vermogen van de student door creatieve *toolkits* te ontwerpen welke participanten moet verrassen en uitdagen bij het uitvoeren van de opdrachten als zelfreportage. Door de deelnemer te betrekken in de discussie van het project krijgt de student beter inzicht in de belevingswereld van de ander. Het ontwerpproces kan worden geordend met het **classificeren** van culturen. *Design Thinking* geeft vanuit meta level duidelijke handvatten aangezien de methode het ontwerpproces verdeeld in 5 stappen.

## **Paragraaf 6. Beantwoording deelvraag 4**

Hoe zijn de ervaringen met antropologische methoden in het designonderwijs?

Om ervaringen te achterhalen in het designonderwijs heb ik gezocht naar literatuur waarbij antropologische methoden worden ingezet.

### **Paragraaf 6.1 Kijken als een 'toerist'**

Iedere dag haastend naar je werk neem je nauwelijks notie van de omgeving. Een toerist heeft tijd en kan zijn omgeving bewust en met aandacht bekijken. Huerta beschrijft in *'City as a museum of letters'* hoe designstudenten vanuit de positie van een toerist wandelen in hun eigen stad om met een frisse blik een bekende omgeving te herontdekken en zo kritisch leren te kijken met andere ogen (2011). Vanuit esthetisch perspectief gaat de student observerend op zoek naar letters. Typografie biedt hier educatieve waarde waarbij letters werken als metafoor voor het leren verkennen en doorgronden van de stedelijke cultuur. Door 'in het veld' te zijn ervaren designstudenten de situatie als een gebruiker in de dagelijkse omgeving en doen ze (her)ontdekkingen door nieuwe observaties. *"Becoming tourists in our own city implies reinventing the concept of tourist, of city, and of citizenship"* (Huerta, 2011, p. 32).

### **Paragraaf 6.2 Participerend onderzoek vanuit een buurthuis**

In *'Designing For Social Change'* (Shea, 2012) wordt een casus besproken waar designstudenten *Cultural Probes* hanteren. Een groep studenten van de Herron School of Art & Design deden negen maanden onderzoek vanuit een buurthuis in een arme wijk van Indianapolis om programma's te ontwikkelen o.a. op gebied van kinderdagopvang, bijscholing, werk zoeken, begeleiding van senioren. Ze gebruikten participerende onderzoeksmethoden om de ervaringen van bezoekers van het buurthuis te begrijpen en beter inzicht te krijgen in hun leefsituatie. De studenten ontwikkelden een *Cultural Probe toolkit* om gesprekken te activeren, data te verzamelen en daarmee te onderzoeken wat de behoeftes waren binnen de gemeenschap. Als uitkomst vonden niet alle studenten de *Cultural Probes toolkits* ondersteunend. Soms moesten de designstudenten haast bedelen om vooral bij senioren hun *Probe kit* te laten invullen. Van belang is dat de *Cultural Probes* zo zijn ontworpen dat het de participanten actief stimuleert. Een student opperde om volgende keer niet te focussen op problemen, maar de mensen eerder te lokken met positieve opdrachten. De directie van het *Hawthorne Center* was in ieder geval zeer tevreden met de geleverde diensten van de designstudenten.

### **Paragraaf 6.3 Kaartset als tool**

De kaartset die Van Boeijen heeft ontwikkeld is gebaseerd op socioculturele dimensies als tool om ontwerpers te helpen om bewust te worden van mogelijke culturele drempels. De kaartset *Crossing Cultural Chasms* biedt ontwerpers toegang tot cultureel bewustzijn. Doel is om kennis te ontwikkelen met methoden en tools die ontwerpers helpen hun gebruiker en zijn culturele context te begrijpen om zo de kloof te overbruggen. De set biedt een 'culturele lens' om nader te onderzoeken wat je op welke manier zal gaan ontwerpen. *"The socio-cultural dimensions are explained in a card set, designed by the author to support designers to design 'culture sensitive'"* (Van Boeijen, 2014, p. 516). De kaartset bestaat uit drie categorieën en kunnen op verschillende manieren worden ingezet: eye openers, inzichten en activiteiten.

### **Paragraaf 6.4 Design Thinking in het onderwijs**

Watson (2015) wilde begrijpen hoe zijn designstudenten dachten over de methode *Design Thinking* en of ze deze methode ook buiten het leslokaal zouden toepassen. Tijdens de opdracht werd een beroep gedaan op inlevingsvermogen, empathie, onderscheidend denken en de aanwezigheid van creativiteit. Studenten leerden door *design thinking* te kijken vanuit het perspectief van de ander en niet direct aan oplossingen te werken. De studenten zagen *Design Thinking* ook als een belangrijke onderdeel van kunst. Student Tiffany: *"In the past, I guess I used it a bit in my other art classes, but I never had a name for it, and if I had trouble, I didn't have a way to work through it"* (Watson, 2015, p. 16). *Design Thinking* stimuleert het creatieve denken en biedt daarmee een verbinding tussen kunsteducatie en andere disciplines. Auteurs zoals Pink (2005), Florida (2002), en Gardner (2006), maar ook Steve Jobs, zagen creatief denken als één van de belangrijkste vaardigheden voor de 21ste eeuw economie. *"Today, the needs of industry closely align with the goals of holistic art education. Tomorrow, our creative and integrated students may change industry and its role in society"* (Watson, 2015, p. 18).

Uit deze ervaringen blijkt dat het ontwerpproces vanuit meerdere antropologische invalshoeken kan worden benaderd. Een combinatie van methoden zou het ontwerpproces in 5 stappen optimaal kunnen versterken. Wat me brengt naar de laatste paragraaf met het beantwoorden van de hoofdvraag.

## **Paragraaf 7. Samenvatting, conclusie en aanbeveling**

De hoofdvraag - *op welke manier antropologische methoden het ontwerpproces van studenten in het designonderwijs kunnen versterken* - wordt deels al beantwoord vanuit de actuele ontwikkeling dat beide disciplines design en antropologie versmelten tot een bloeiend onderzoeksterrein met de naam *design antropologie*. Bij *design antropologie* gaat het om de maatschappelijke relevantie binnen het ontwerpen net zoals bij *social design* - verantwoordelijk ontwerpen voor het welzijn van de mensheid - en *participatory design* - het actief betrekken van mensen bij het ontwerpproces.

Ontwerpers leren door de antropologen te kijken naar het verleden om de toekomst te begrijpen. Antropologen worden daarmee volwaardig deelgenoot bij het vormgeven van innovatieve concepten. Het toepassen van antropologische methoden vindt niet alleen plaats in het begin, maar door het gehele ontwerpproces, om zo kwalitatief inzicht te krijgen in de behoefte en het gedrag van mensen in relatie tot producten en diensten. Het ontwerpproces moet daarbij flexibel, vooruitziend, verbeeldend en toegankelijk zijn voor veranderende condities.

Waarom het toepassen van antropologische methoden in het designonderwijs een meerwaarde is, wordt treffend omschreven door Salman, afdelingshoofd Sociale en Culturele Antropologie VU, die onlangs in een interview beklemtoonde dat antropologie het studieveld is van de wereld van nu. Volgens hem is het één van meest actuele en urgentste studies over grote vraagstukken in de wereld van deze tijd. Op de faculteit werken ze graag interdisciplinair samen en geeft men wederzijdse minors voor studenten van andere opleidingen. Hij licht verder toe dat door globalisering de mensen die de antropologen honderd jaar geleden bezochten, nu bij ons om de hoek wonen en de antropoloog tracht mee te gaan met de stroom van veranderingen om de situatie zo duidelijk mogelijk in beeld te brengen. Parellel aan deze ontwikkeling krijgt ontwerpend onderzoek vanuit socioculturele context langzamerhand een centrale positie in het designonderwijs, mede gestimuleerd door o.a. het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Daarmee samenvattend vanuit het aanbod bij antropologie, verschuivingen binnen het designonderwijs en veranderingen in de wereld bevestigt dat het toepassen van antropologische methoden het ontwerpproces van designstudenten versterkt.

In het verslag worden vier manieren van ontwerpend onderzoek behandeld op basis van antropologische methoden die bij het ontwerpproces van studenten kunnen worden toegepast en bespreek de ervaringen hiervan in het designonderwijs:

- Participerend observeren is de meest gebruikte methode. Ongedwongen observeren vanuit verschillende perspectieven biedt inspiratie en leidt tot verrassende ideeën.

Studenten moeten het klaslokaal uit om te leren observeren, onderzoeksvaardigheden te ontwikkelen en gevoel voor mens en omgeving te sensibiliseren.

- *Cultural Probes* wordt als participerende methode met zijn toegankelijke manier van zelf-rapportage al jaren gehanteerd bij universitaire onderzoeken. Wat mij verbaast is dat het nog maar mondjesmaat wordt toegepast in het HBO-designonderwijs. Deze creatieve vorm van onderzoek sluit namelijk effectief aan op het designonderwijs. Studenten kunnen uitdagende en onderscheidende *Probe toolkits* ontwerpen en in samenwerking met participanten ontwerpand onderzoek verrichten.
- *Design Thinking* is al lange tijd een hype binnen en buiten de ontwerpwereld. Opvallend bij het 5-stappen model is dat de antropologische methoden hoofdzakelijk vooraan in het proces staan. Volgens de principes van *design antropologie* zou gedurende het gehele ontwerpproces antropologisch onderzoek aanwezig moeten zijn. Studenten leren door *Design Thinking* te kijken vanuit het perspectief van de ander en daarbij niet direct aan bij het begin van de opdracht al aan oplossingen te werken. Deze methode doet een beroep op empathisch vermogen, onderscheidend denken en creërend vermogen van de student.
- Drie classificerende methoden vanuit toegepaste antropologie worden door Van Boeijen onderzocht waarbij nogal wat mits en maren zitten. Zo ontbreekt bij alledrie de persoonlijke belevingswereld van mensen en de methoden beschrijven niet echt de realiteit. Van Boeijen adviseert studenten cultureel onderzoek te combineren met andere methoden waaronder observaties. Ze ontwikkelde onlangs een kaartset voor cultureel onderzoek welke momenteel nog in een testfase bevindt.

## **Discussie**

Steve Jobs' bekende uitspraak brengt de positie van ontwerper goed naar voren:

*Some people say, "Give the customers what they want." But that's not my approach. Our job is to figure out what they're going to want before they do. I think Henry Ford once said, "If I'd asked customers what they wanted, they would have told me, A faster horse!" People don't know what they want until you show it to them. That's why I never rely on market research. Our task is to read things that are not yet on the page.* (zoals geciteerd in Isaacson, 2011)

Je zou hier kunnen redeneren dat Jobs de klassieke houding aanneemt van de arrogante ontwerper die het altijd beter weet, aangezien mensen vaak zelf geen duidelijk inzicht hebben in wat ze écht willen. Aan de andere kant pleit hij met dit standpunt hetgeen waar *design antropologie* zich hard voor maakt, namelijk niet vanuit marktwerking richting



opdrachtgever te denken, maar mensen leren lezen vanuit hun belevingswereld door je als ontwerper te verplaatsen in hun perspectief. Met de expertise van beide disciplines - design en antropologie - haal je als ontwerpteam onzichtbare wensen van mensen naar voren in het onderzoek en zet ze in een kader waarbij verleden, heden en toekomst worden bekeken.

### **Aanbeveling voor HBO-designonderwijs**

Wat betreft mijn bevindingen sta ik grotendeels in lijn met Vande Zande (2010) dat het HBO-designonderwijs vakoverstijgend een verbinding kan leggen tussen culturele, pedagogische en economische doelstellingen en zich daarmee begeeft buiten het gebied van de beeldende kunst en de beeldcultuur. Door toegenomen maatschappelijk bewustzijn van de designdiscipline zullen uiteindelijk de student, de gemeenschap en de economie hiervan profiteren. Daaropvolgend beklemtoont Vande Zande dat het ontwerpen van een veilige toekomst niet alleen in de handen van ontwerpers moet liggen, maar een verantwoordelijkheid moet zijn van alle mensen. Een motivatie die past bij *design antropologie* waar mensen als participanten worden betrokken in het proces.

Aangezien er nog nauwelijks is geschreven over ontwerpend onderzoek op basis van antropologische methoden in het HBO-designonderwijs ligt er een mooie niche om verder te ontwikkelen. Mijn advies voor alle toegepaste richtingen in het kunstonderwijs is om bij de start van de vorming, al in het eerste jaar, antropologische methoden aan te bieden. Met zicht op de toekomst en vraag vanuit de praktijk kan het ontwerpproces bij designstudenten structureel worden versterkt door specifieke lesmodules te ontwikkelen waarbij men leert te kijken vanuit het perspectief van de mensen voor wie de studenten producten of diensten ontwerpen. Antropologische onderzoeksmethoden bieden handvatten voor studenten om het ontwerpproces duidelijker te kunnen beargumenteren en dus niet alleen te varen op intuïtie en *trial-and-error*. Belangrijk daarbij is het maken van verbindingen met (technische) universiteiten om te leren van elkaars expertise en samen te werken aan empirisch onderzoek.

Daarmee kom ik tot de slotsom dat designstudenten door het toepassen van antropologische methoden vroeg in de ontwikkeling van hun creatieve carrière bewust worden van de wereld buiten hun eigen referentiekader, de mogelijkheid verwerven tot deelname aan verdere ontwikkelingen binnen het onderzoeksterrein *design antropologie* en straks goed zijn voorbereid op de herijkte positie van de ontwerper in het beroepenveld om antwoord te geven op sociale en innovatieve vraagstukken vanuit de maatschappij.

## Referenties

- Batic, J. (2011). The Field Trip as Part of Spatial (Architectural) Design Art Classes. *Center for Educational Policy Studies Journal*, 1(2), 73-86.
- Buchanan, R. (1995). "Branzi's Dilemma" in *Design - Pleasure or Responsibility?* Päivi Tahkokallio and Susan Vihma (eds.), Helsinki, Finland, University of Art and Design, Helsinki.
- Buchanan, R., & Margolin, V. (1995). *The Idea of Design: A Design Issues Reader*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Buchanan, R. (1998). Education and Professional Practice in Design. *Design Issues*, 14(2), 63-66.
- Buxton, B. (2007). *Sketching User Experiences: Getting the Design Right and the Right Design*. Amsterdam/London: Elsevier.
- Ching, F. (1996). *Architecture: Form, Space, and Order*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Clarke, A.J. et al. (2011). *Design Anthropology. Object Culture in the 21st Century*. New York: SpringerWien.
- Gaver, W., Dunne, T., & Pacenti, E. (1999). Cultural Probes. *Interactions*, 6(1), 21-29.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Gunn, W. & Donovan, J. (2012). *Design and Anthropology*. Surrey, England: Ashgate.
- Gunn, W., Otto, T., & Smith, R.C. (2013). *Design Anthropology: Theory and Practice*. London/New York: Bloomsbury Academic.
- Huerta, R. (2011). City as a museum of letters. *City, Culture and Society*, 2(1), 25-33.  
doi: 10.1016/j.ccs.2011.02.003
- Ingold, T., Anasus, M., Grout, I., et al. (2009). Designing Environments for Life Programme Report. Verkregen op 11 november 2009 van <http://www.scottishinsight.ac.uk/Report.pdf>
- Isaacson, W. (2011). *Steve Jobs*. Houten: Unieboek | Het Spectrum.
- Junginger, S. (2005). A Different Role for Human-Centered Design within the Organization. *Conference Proceedings of the 6th Annual Conference of the European Academy of Design*, Bremen, Germany. Verkregen op 5 januari 2014 van <http://ead.verhaag.net.pdf>

- Malinowski, B. (1922). *Argonauts of the Western Pacific*. New York: E.P. Dutton & Co.
- Mink, A. (2015). Goedbedoeld ontwerpen. *Delft Integraal*, 4, 14.
- Monahan, J., & Just, P. (2014). *Sociale & Culturele Antropologie*. Amsterdam: Amsterdam University Press B.V.
- Nelson, H., & Stolterman, E. (2003). *The Design Way: Intentional Change in an Unpredictable World*. New Jersey: Educational Technology Publications Englewood Cliffs.
- Oosterman, A. (2013). Explosies in het designonderwijs. *Archined*. Verkregen op 19 februari 2013 van <https://www.archined.nl/2013/02/explosies-in-het-designonderwijs>
- Plaisier, W. (2015). Hoe Design Thinking je helpt bij het oplossen van complexe problemen. Verkregen op 26 juni 2015 van <http://www.frankwatching.com/archive/2015/06/26/>
- Rijksoverheid. (2015). *Kabinetsreactie op het briefadvies 'De waarde van creativiteit' van de Raad voor Cultuur en de Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie*. Verkregen op 23 november 2015 van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken>
- Roosens, E. (1984). *Sociale en culturele antropologie*. Leuven: Acco.
- Salman, T. (2015). Antropologie is springlevend. *Advalvas*. Verkregen op 10 december 2015 van <http://www.advalvas.vu.nl/nieuws/'antropologie-springlevend'>
- Shea, A. (2012). *Designing For Social Change: Strategies for Community-Based Graphic Design*. New York: Princeton Architectural Press.
- Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. (2015). Terugblik bijeenkomst Next Level - Ontwerpend Onderzoek in Praktijk. Het Nieuwe Instituut, Rotterdam. Verkregen op 24 november 2015 van [http://stimuleringsfonds.nl/nl/actueel/nieuws/terugblik\\_bijeenkomst\\_next\\_level](http://stimuleringsfonds.nl/nl/actueel/nieuws/terugblik_bijeenkomst_next_level)
- Suchman, L. (2011). Anthropological Relocations and the Limits of Design. *Annual Review of Anthropology*, 40, 1-18. doi: 10.1146/annurev.anthro.041608.105640
- Tunstall, E.D. (2011). What is Design Anthropology to me? *About Design Anthropology*. Verkregen op 28 oktober 2011 van <http://designanthropology.tumblr.com/post/>
- Van Boeijen, A.G.C. (2013). *Socio-cultural dimensions to sharpen designer's cultural eyeglasses*. Engineering and Product Design Education, Dublin Institute of Technology Dublin, Ireland.

Van Boeijen, A.G.C. (2014). *Cultural study in Design: in search of a meaningful approach*.  
International Conference on Engineering and Product Design Education, 4-5 September  
2014, University of Twente, The Netherlands.

Vande Zande, R. (2010). Teaching Design Education for Cultural, Pedagogical, and Economic  
Aims. *Studies in Art Education: A Journal of Issues and Research*, 2010, 51(3), 246-261.

Vande Zande, R. (2011). Design Education Supports Social Responsibility and the Economy.  
*Arts Education Policy Review*, 112, 26-34.

Watson, A.D. (2015). Design Thinking for Life. *Art Education*, 68(3), 12-18.