

"Alle designere burde tage **den** uddannelse"

Der brug for designere, der kan tænke strategisk, og som har en teoretisk viden. Der er brug for designere, der kan formulere, hvad de gør, når de designer. De behov opfylder Master i Design.

Hans Christian Asmussen er grafisk designer mDD. Han havde afgang fra Den Grafiske Højskole (nu: Mediehøjskolen) 1989, designede hos Apple i to år under uddannelsen, kørte hårdt på i reklamebranchen til 1996, blandt andet nogle år i Paris, og har været selvstændig grafisk designer siden da med fokus på formidling af vores kulturarv.

Ebbe Lykke har en baggrund som møbelsnedker, et år på Kunstakademiets Arkitektskole og uddannelse som designer fra Danmarks Designskole 2003. Han er involveret i forskellige kulturprojekter og designer fortrinsvis skateboard parker.

To profiler, som vel ikke kunne være mere forskellige, men begge kan til sommer smykke sig med titlen Master i Design.

Og begge er enige om, at uddannelsen har givet dem et boost, som de kunne unde alle designere at blive udsat for.

"Kan I ikke bare forstå det....?"

Motivationen for at tage en Master i Design begrundes sig for både Hans Christian Asmussens og Ebbe Lykkes vedkommende i et teoretisk afsæt.

"Designerens rolle er jo forandret, og vi kan ikke længere udelukkende basere os på håndværksmæssig kunnen," fastslår Ebbe Lykke. "Jeg synes fx, at det er

meget ustrategisk at designe et møbel, en prototype og så banke på døren hos producenten for at spørge, om det ikke kan passe ind i deres kollektion. Det er for mig at se en overfladisk måde at handle på, og sådan er verden jo heller ikke længere skruet sammen."

I sit designarbejde i det danske kulturliv entrerer Hans Christian Asmussen hele tiden med akademikere, og han er blevet mere og mere usikker på sine evner for at argumentere for sine designløsninger, mere og mere fattig på de rigtige ord.

"Jeg har en tendens til at sige til kunderne: "jamen, kan I ikke se, at den løsning selvfølgelig er den bedste – kan I ikke bare forstå det.... hallo!" Jeg har haft en vis usikkerhed på, om der nu var belæg for den løsning, jeg pegede på. Masteruddannelsen er med til at hæve baren," mener Hans Christian Asmussen.

Designeren er rykket ned i klassen

Masteruddannelsen udbydes som deltidsstudie, strækker sig over to år og består af de fire semestre: Når design finder sted, Design og betydning, Design i kontekst og Afgangprojektet. Hans Christian Asmussen og Ebbe Lykke slår ned forskellige steder, når de skal pege på de emner, som i den højeste grad har beriget dem.

"Branding, kommunikation og strategi er de områder, hvor jeg for alvor har manglet noget viden og ballast," siger Ebbe Lykke. "Uddannelsen på Danmarks Designskole var i stor udstrækning baseret på den håndværksmæssige erfaring. Jeg føler, altså gør jeg.... Og man kan jo sige, at de vilkår for alvor har forandret sig. I dag er der brug for designere, der kan tænke strategisk, og som har en teoretisk viden, så man er i stand til at formulere, hvad man egentlig gør, når man designer." I følge Ebbe Lykke har verden derude også forandret sig på andre afgørende punkter, hvor designeren – i hvert fald i møbelbranchen – er rykket ned i klassen. Fra at befinde sig i starten af den kreative proces, hvor linjerne bliver lagt, må designeren nu se sig forvist til slutningen.

"Kjærholm, Jacobsen og Wegner var jo de første led i en strategi. Møbeldesignerne havde deres egen designfilosofi, en mening og holdning, som producenterne så apterede i deres produktstrategi. Nu handler mange møbelproducenters indgang om, hvad der kan sælges, altså ikke de bløde værdier, men kroner og ører. Der sidder en masse kommunikationsfolk, brandingeksperter og CBS'er og lægger en strategi for salg. Bagefter kontakter man så designerne for at spørge, om de kan designe nogle produkter,

der passer ind i disse salgs- og brandingstrategier," forklarer Ebbe Lykke. "På en måde kan man sige, at CBS'er og DJØF'er har overtaget designbranchen, og så må vi jo slå igen og tilbagerobre, hvad der i bund og grund er vores," mener Hans Christian Asmussen. "Og den ballast evner Masteren at give os. Pludselig er jeg i stand til at vende mig om, angribe "strategierne" og sætte spørgsmålstegn ved deres valg af strategier. Ikke fordi der i essensen behøver at være noget i vejen med strategien som sådan, den skal måske bare anvendes på andre brancher," påpeger Ebbe Lykke.

Det bevidste argumenterede plan

Branding og kommunikation er Hans Christian Asmussens baghave, men han er enig med Ebbe Lykke i, at uddannelsen er god til at sætte de områder ind i en formulerbar kontekst. "Men det vigtigste for mig har været arbejdet med tegn – ikke forstået som branding, men som den kommunikation, der udgår fra et objekt – og så æstetikken. De områder har vakt mig. Når jeg som AD'er har tilrettelagt et billede, har der naturligvis været en ilæggelse af tegn, men i praksis var jeg ikke videre bevidst om, hvad jeg gjorde. Arbejdet udgik mere fra fornemmelser, tendenser i tiden, hvad ser ordentligt

Master i design

Uddannelsen er et deltidsstudie, som strækker sig over to år. Programmet består af fire semestre, med hvert sit tema. Et semester består af tre internater.

Semester 1: Når design finder sted. Formålet med dette semester er at give en forståelse for de aktuelle udfordringer, som designere og designbaserede virksomheder står over for i dag.

Semester 2: Design og betydning. Andet semester handler om designobjektet. Der introduceres til relevante videnskabsteoretiske og filosofiske spørgsmål omkring verdens beskaffenhed og måder at erkende verden på og til analyse af konkrete designprodukter.

Semester 3: Design i kontekst. Semestret er orienteret omkring strategier for distribution og konsumtion af design og giver nye indsigter fra ledelsesteori, marketing- og forbrugsstudier. Der introduceres til konkrete metoder inden for designmanagement, brandingteori og strategisk design.

Semester 4: Afgangprojektet. Fjerde og sidste semester er koncentreret omkring afgangprojektet. Semestret sætter fokus på anvendelsen og implementeringen af de gennemgåede teorier og metoder i forhold til den problemstilling eller det undersøgelsesfelt, som deltagerne vælger at arbejde med i masterafhandlingen.

Der optages studerende på Master i Design hvert andet år. Næste hold starter i september 2009. Prisen for uddannelsen er kr. 130.000.
www.dcdr.dk

og lækkert ud i den pågældende sammenhæng. Jeg lagde ikke en argumenteret semiotisk plan for et billede, så det har i den grad været interessant at blive bevidst på et andet plan end det følelsesmæssige."

"Jeg er også blevet meget optaget af æstetikken, som jeg ellers synes er trådt lidt i baggrunden i designverdenen. Dét, at et produkt har en æstetisk relation til en person er meget interessant, fordi det er et forhold, der ligger helt uden for branding og stil. Det er noget personligt, som lever sit eget liv," mener Hans Christian Asmussen.

Hvorfor designer jeg?

"Jeg vil hævde, at man bliver en bedre designer af Master i Design. Og jeg vil gå så langt som at sige, at du også kan blive en bedre formgiver," understreger Ebbe Lykke og fortsætter:

"Formen har altid en årsag. Den er ikke tilfældig. Og jo flere årsager du kan finde til din form, jo stærkere vil den også være i sin kommunikation. Du

skal have helheden og sammenhængen med i dit produkt, det er ikke nok bare at dykke ned i nogle punkter. Jeg har gennem mine uddannelser i høj grad manglet et modspil til "hvorfor design"? Hvorfor designer jeg det, jeg gør? Hvad er det filosofiske indhold og meningen? For hvis du ikke er bevidst om det, er du jo ikke meget mere end en håndværker. Misforstå mig ikke, der er ikke noget i vejen med at være håndværker, men hvis du som designer ikke spørger dig selv om årsagerne til dit arbejde, kommer du til at mangle substans og indhold i designet. Og dér kommer du lidt tættere på nogle svar gennem Masteren."

For Hans Christian Asmussen er det faktisk lykkedes at hente en kunde tilbage ved at trække på viden fra uddannelsen.

"Jeg præsenterede et forslag for nogle overordentligt begavede mennesker på et større dansk museum. De syntes, det så rigtig spændende ud, men kunne på den anden side ikke lige få

"... den uddannelse"

øje på, hvad de skulle bruge det til. Jeg gik rundt og var mavesur i tre måneder, hvorefter jeg gennemanalyserede min baggrund, deres baggrund og vore forventninger. Resultatet holdt jeg op mod min præsentation, som jeg lavede helt om ved at give den et konkret udkomme. Heldigvis fik jeg lov til at fremlægge mit forslag igen, og jeg fik opgaven, fordi jeg i anden runde formåede at vise, hvad jeg egentlig ville med min løsning. Det var ikke dem, der var noget galt med, fordi de ikke forstod. Det var mig, der ikke evnede at forklare meningen in the first place, fordi jeg havde præsenteret til mit eget spejl." "Det er netop alle de analysemetoder, vi bliver præsenteret for, som kan gøre vores design-palette bredere, fordi du i højere grad forstår problemfeltet, når du indser, at du kan anvende forskellige udgangspunkter for dine analyser," mener Ebbe Lykke og tilføjer: "Som designere har vi altid arbejdet med begrebet nydelse, det at sidde godt fx, men nydelsesbegrebet kan foldes meget mere ud i forhold til et givent produkt. Der er sociale, psykologiske, fysiske og intellektuelle aspekter af nydelse. Er du i stand til at formulere værdien af forskellige nydelsesfaktorer i dit produkt? Og kan du få den værdi ind i producentens samlede strategi?"

Den nødvendige designfond

Master i Design koster 130.000 kroner. Det er mange penge. Og dertil kom-

mer udgifter til litteratur, studierejse, transport og forplejning.

"Alle designere, der har været ude i nogle år, burde tage denne uddannelse, fordi man simpelthen bliver en bedre produktudvikler. Jeg mener, det er en af Danske Designeres vigtigste opgaver i de kommende år, at være med til at sikre, at så mange som muligt får råd til at blive Master i Design. Man kunne oprette en legatordning, en eller form for støtte i hvert fald, for ikke mange små selvstændige designere kan hive 130.000 kroner ud af deres budget – ikke engang hvis de kører rimeligt ok. Kunne man forestille sig en fond, som de danske designvirksomheder betalte et årligt beløb til?" spørger Hans Christian Asmussen.

"En designfond er en nødvendighed, ellers er det ikke muligt for designerne bredt at opgradere sig selv og deres virksomhed. Og det er jo den eneste vej at gå i Danmark, at satse på vores kreative potentiale, at fastholde og udbygge vores position som designnation – husk på, at der i Kina årligt uddannes cirka 100 nye Philippe Stark'er – og så har jeg ikke nævnt alle de andre," påpeger Ebbe Lykke og tilføjer:

"Dét, der fra starten tiltrak mig ved designfaget, var det konstant undersøgende og udviklende element. Næsten hver gang beriger et projekt dig med ny viden. Men det er alligevel ikke tilstrækkeligt, hvis du skal følge med udviklingen i faget som sådan og kravene til dig som designer."