

Integrated?2007

Integrating design... What the f*ck!

Integrated?2007 would sound better, but since question marks in URLs are still an absolute no-no...

Let's take a small step back in time: Citytype 1997 and 1999. In both of these conferences, Sint Lucas Antwerp primarily presented a pictorial ode to the typographic and graphic design scene of a mythical decade. In the Belgium of those days such conferences were more the exception than the rule. In the meantime, a great deal has fortunately changed. The appeal of studies such as graphic design shows that appreciation of that discipline has greatly increased - perhaps because the socio-economic context has also evolved considerably. What's more, 'design' has become the buzz word on everyone's tongue! Design? As amalgam, for what?

"...As a concept design has become forced, all too often far removed from the actual meaning of the word. Generally it is nothing more than a trendy lubricant to facilitate the marketing of anything and everything. For many people design conjures up the image of some or other item of no-nonsense, modern 'design' furniture, but actually design does not designate the product, it designates the act. Anyone who looks it up in a good English dictionary will find that 'design' refers to the process of designing, making use of detailed preliminary studies or sketches to plan and prepare something. So design is all about designing ..."
(from De Standaard of 18/10/2004)

So what then does graphic design entail in 2007? Is 'graphic' still the appropriate adjective? Wouldn't 'integrated' now be more appropriate? After all, the role of the graphic designer has thoroughly changed in recent decades, because of the increasing complexity of the media and the wealth of available software, technology and advanced production systems, for example. It is almost enough to put the designer in a spin. One would think that with such an enormous selection to choose from, it would be relatively easy to make the appropriate choice. Nothing could be further from the truth. Choice always entails decision, and decision-making is the most complex part of the design process. There are a host of influences and motivations. And often a choice will only be made for something that is already on offer. Designers all over the world are working with the same software and, without them realising it, their thinking is being steered and constricted by the functionalities of these programmes, no matter technically sophisticated these functionalities may be.

Is 'designing' therefore simply a matter of choosing? One question = one answer?

Or is designing also an attitude that allows the designer to follow a constructive trajectory and arrive at a personal and well-founded result whatever the circumstances, in other words, designing as a process? Education in art and design still often seems to be based on the 'romantic notion', in which the designer translates the task into an aesthetically generally acceptable result or product on the basis of his or her own, personal imagination, like a sort of applied artist. This autonomous aspect is utterly valuable and highly important. But the design issues confronting present and future designers will not be of a purely aesthetic nature. The crazy thing is that although designers now have more autonomy, they are also more steered and constrained by strategy, marketing and technology. This phenomenon has a multiple effect. On the one hand it allows more room for new development, but on the other hand it can push the designer into a purely executive role. Bizarre though this may be, it is nevertheless a fact, because design and the execution of design are not at all the same thing. The English word 'design' covers both aspects, and that is perhaps where the confusion arises. Design research is what distinguishes the two. Design research places the designer at the heart of the thinking and development process and, consequently, also makes him or her a researcher. But is this what young designers really want? Perhaps they would prefer to be guided by the briefing? Perhaps they would prefer to take the easier path and earn their money quickly and without too much mental exertion? Or would they rather dare to question the briefing, as 'researchers'? And thus arrive at solutions that may be more inventive, more relevant and therefore more interesting. But all of that requires a better synergy between 'generalists' and 'specialists', a synergy above and beyond the limitation of the task. Because our economy is currently governed and almost paralysed by short-term thinking. Should 'academic' training reflect this? In other words, should training serve the market by churning out made-to-measure specialists? Perhaps, and perhaps not. After all, there is also a need for people with a wider or different perspective on things. You could call them generalists. Perhaps part of the task of academic training is to unite the two (generalism and specialism) to a certain degree, so that the future 'graphic designer' will be capable of coming up with solutions, both as a creative thinker and as an organiser.

But what do we understand by creativity? It seems logical that 'creativity' should be an important aspect of any education in art or design. But the nonchalance with which that word is bandied about in contemporary society, is just as characteristic of it as its banalisation. Isn't it characteristic of people (and animals!) that they come up with solutions through a mixture of chance, ingenuity, technique and entrepreneurial spirit, whatever the circumstances? A fantastic painter is not necessarily creative, but an 'incompetent idiot' may very well be so, if he or she can come up with interesting links, in every direction, from abstraction to realisation, from concept to material and the other way around. Integration is no magic word here. In this context, it is rather an 'attitude', an attitude in which designers take up post at the heart of things. In this sense, the job of the 'graphic designer' in both education and society is a priori investigative and not exclusively 'creative' in the narrow sense of the word. Although a generous dose of 'dis-integration' is naturally also always intriguing.

'Integrating design...' is therefore also a research project: a project that can foster the academisation of design, by inspiring the critical thought of doers and thinkers - and combinations of the two - from various disciplines at the crossroads of graphic design, illustration, typography, advertising, visual culture, new media and autonomous art. Its goal: the attainment of a better insight into design processes, of whatever nature and in whatever discipline. **The inspiring gully between thinking and doing. Integrated2007.**

Hugo Puttaert
Brussels, September 2007

Integrating design... What the f*ck!

Integrated?2007 zou beter klinken, maar aangezien vraagtekens in url's nog steeds uit den boze zijn...

Even terug in de tijd: Citype 1997 en 1999. Met beide conferenties bracht Sint Lucas Antwerpen vooral een picturale ode aan de typografische en grafische ontwerpscène van een mythisch decennium. Dergelijke conferenties waren in België op dat ogenblik eerder uitzondering dan regel. Intussen is er gelukkig heelwat veranderd. De aantrekkingskracht van opleidingen zoals o.a. grafisch ontwerp bewijst dat de appreciatie voor de discipline sterk is toegenomen. Wellicht omdat ook de maatschappelijke en economische context grondig is geëvolueerd. Bovendien is 'design' het ordewoord bij uitstek geworden! Design? Als amalgaam voor wat?

"...Design is als begrip dwangmatig geworden, te vaak losgekoppeld van zijn eigen inhoud. Meestal is het niet meer dan een hip glijmiddel om van alles en nog wat te slijten. Waar design bij veel mensen het beeld oproept van een of ander strak stukje meubilair, slaat de betekenis van het begrip niet op het product. Het slaat op de handeling. Wie er een goed Engels woordenboek op naslaat, weet dat met 'design' het proces wordt bedoeld om iets te ontwerpen, iets te plannen aan de hand van gedetailleerde voorstudies of tekeningen. Ontwerpen dus..."

(uit De Standaard van 18/10/2004)

En wat zou grafisch ontwerp anno 2007 dan wel kunnen zijn? Klopt het adjectief 'grafisch' nog wel? Zou 'geïntegreerd' hier niet beter op zijn plaats zijn? De rol van de grafisch ontwerper is de laatste decennia immers grondig gewijzigd. Door de toenemende complexiteit van de media en het aanbod van software, technologie en geavanceerde productiesystemen bijvoorbeeld. De ontwerper zou er de pedalen haast bij verliezen. Het lijkt dat bij een groot aanbod, de keuze voor de hand ligt. Niets is echter minder waar. Kiezen komt immers na beslissen, welke motivatie er ook achter schuilt. Vaak wordt er enkel gekozen voor iets dat reeds wordt aangeboden. Ontwerpers werken wereldwijd met dezelfde software en zonder dat ze het beseffen, wordt hun denken gestuurd door de functionaliteiten van deze programma's, hoever deze -technologisch gezien- ook mogen reiken.

Betekent 'ontwerpen' dan enkel keuzes maken? Eén vraag = één antwoord?

Of is ontwerpen ook een attitude die de ontwerper toelaat -in welke omstandigheid ook- een traject op te bouwen waaruit een persoonlijk en onderbouwd resultaat ontstaat. Procesmatig ontwerpen dus. Toch lijkt het ontwerp- en kunstonderwijs nog vaak te steunen op de 'romantische gedachte', waarbij de ontwerper als een soort toegepaste kunstenaar de opdracht vanuit zijn/haar persoonlijke verbeelding vertaalt naar een algemeen esthetisch aanvaard resultaat of product. Dit autonome aspect is absoluut waardevol en erg belangrijk. Maar de ontwerpvragen waarmee huidige en toekomstige ontwerpers worden geconfronteerd, zijn niet louter esthetisch van aard. Het gekke is dat terwijl de ontwerper over meer autonomie beschikt, hij/zij ook meer wordt gestuurd door strategie, marketing en technologie. Dit fenomeen heeft een meervoudig effect. Het biedt enerzijds meer ruimte voor nieuwe ontwikkelingen maar het kan anderzijds de ontwerper ook in een louter uitvoerende rol dwingen. Dit is een bizar gegeven. Want 'ontwerpen' is iets totaal anders dan 'vorm geven'. Het Engelse woord 'design' dekt beide en wellicht komt vandaar de verwarring. Ontwerponderzoek is hier echter de onderscheidende factor. Ontwerponderzoek plaatst de ontwerper in het midden van het denk- en ontwikkelingsproces en maakt bijgevolg ook van hem/haar een onderzoeker. Maar willen jonge ontwerpers dit wel? Misschien willen ze zich gewoon laten sturen door de briefing en kiezen ze voor de gemakkelijkste weg: snel geld verdienen zonder te veel mentale inspanning? Of durven ze als 'onderzoekers' de briefing in vraag te stellen? Met oplossingen tot gevolg die inventiever, relevanter en dus interessanter kunnen zijn. Dit alles vergt echter een betere synergie tussen 'generalisten' en 'specialisten'. Over de beperking van de opdracht heen. Want het denken op korte termijn beheerst immers onze economie op een haast verlamdende wijze. Dient een 'academische' opleiding hieraan tegemoet te treden? M.a.w. dient een opleiding de markt te bedienen door specialisten op maat af te leveren? Er zijn immers ook mensen nodig met een brede of andere kijk op de dingen. Je zou ze generalisten kunnen noemen. Een academische opleiding heeft wellicht de taak om -tot op een bepaalde hoogte- beide (lees generalisme en specialisme) te verenigen zodat de 'grafisch ontwerper' in spe in staat blijkt te zijn om als een creatieve denker en als organisator oplossingen aan te bieden.

Maar wat verstaan we onder creativiteit? Het lijkt logisch dat in een kunst- of ontwerpleiding het begrip 'creativiteit' belangrijk is. Maar de luchtige vrijblijvendheid waarmee het begrip in de huidige maatschappij wordt gehanteerd, is tekenend voor de banalisering ervan. Is het geen eigenschap van mensen (en dieren!) om -in welke omstandigheid ook- met toeval, inventiviteit, techniek en ondernemingszin tot oplossingen te komen? Een fantastische schilder is niet noodzakelijk creatief, een 'vakonkundige idioot' misschien wel wanneer hij of zij interessante koppelingen weet te maken. In alle richtingen. Van abstractie tot concretisering. Van concept tot materiaal en omgekeerd. Integratie is hier geen toverwoord, het is in deze context eerder een 'attitude' waarbij ontwerpers in het midden van het maatschappelijke veld gaan postvatten. In deze zin is de taak van de 'grafisch ontwerper' in onze opleiding en maatschappij a priori onderzoekend en niet uitsluitend 'creatief' in de enge zin van het woord. Al blijft een stevige portie 'desintegratie' ook steeds boeiend natuurlijk.

Daarom is 'Integrating design...' ook een onderzoeksproject. Een project dat de academisering kan ondersteunen door kritisch te reflecteren met doeners en denkers en combinaties van beiden. Uit diverse disciplines in een grensgebied tussen grafisch ontwerp, illustratie, typografie, reclame, beeldcultuur, nieuwe media en autonome kunst. Met als doel een beter inzicht te krijgen in ontwerpprocessen, van welke aard en in welke discipline ook. **De inspirerende greppel tussen denken en doen. Integrated2007.**

Hugo Puttaert
Brussel, september 2007

Integrating design... What the f*ck!

Integrated2007, ce serait mieux, mais puisque les points d'interrogation dans les url's ne sont toujours pas de mise...

Faisons un petit retour en arrière. Citepe 1997 et 1999. Par ces deux conférences Sint Lucas Antwerpen avait surtout fait l'éloge picturale d'une décennie plutôt mythique sur le plan de la scène graphique et typographique. De telles conférences étaient à l'époque assez rares en Belgique. Heureusement depuis, pas mal de choses ont changé. L'attrait des formations telles que le graphisme nous prouve que l'appréciation de ces disciplines est fortement en hausse, ce qui est probablement aussi dû au fait que le contexte économique et social a beaucoup évolué. En plus de ça, le terme "design" aujourd'hui est devenu le mot d'ordre par excellence. Design? Mais en tant qu'amalgame de quoi?

"...Design est devenu compulsif comme terme, trop souvent détaché de son sens propre. Souvent il n'est pas plus qu'un lubrifiant branché destiné à faire vendre n'importe quoi. Bien que le mot "design" évoque chez tant de personnes l'un ou l'autre meuble stylé, le sens exact du terme n'est pas lié au produit, mais à l'action. Quiconque se plongera dans un dictionnaire anglais saura que "design" désigne le procès de création, de planification à l'aide de croquis ou de dessins détaillés. Il s'agit donc de conception, de création.
(extrait du quotidien "De Standaard" du 18/10/2004)

Et que pourrait donc bien être "graphic design" à ce jour? L'adjectif "graphique" est-il toujours adéquat? Le mot "intégré" ne serait-il pas plus judicieux? Le rôle du graphiste a tellement changé ces dernières décennies. Ne serait-ce que par la complexité grandissante des médias et l'augmentation de l'offre de software, de technologies et de systèmes de production avancés. Le designer pourrait bien y perdre les pédales. Il semblerait qu'au plus il y a d'offre, au plus le choix est facile. Rien n'est moins vrai, au contraire. Le choix, en effet, ne vient qu'une fois la décision prise, quelle qu'en soit la motivation sous-jacente. La plupart du temps l'on ne choisit que ce que l'on nous propose déjà. Les designers eux travaillent partout, où qu'ils soient au monde, avec le même software et sans qu'ils ne s'en rendent compte, leur pensée est donc dirigée par les fonctionnalités de ces programmes, quelles qu'en puissent être leurs étendues (technologiquement parlant).

"Créer" veut-il donc uniquement dire "faire des choix"? Une réponse = une question?

Ou bien est-ce que créer est également une attitude qui permet au designer de construire un trajet d'où découle un résultat personnel et fondé. Créer selon un processus donc. Pourtant l'enseignement artistique semble encore souvent reposer sur cette pensée romantique selon laquelle le créateur/designer traduit sa commande à partir de son imagination en un produit ou résultat accepté de tous esthétiquement. C'est précisément cet aspect "(art) autonome" qui est d'une absolue préciosité et d'une grande importance. Seulement les questions de création auxquelles les designers actuels et futurs sont confrontés, ne sont pas seulement de nature esthétique. Paradoxalement, alors que le créateur dispose d'avantage d'autonomie en matière de création, il se retrouve aussi de plus en plus conduit par le marketing, la technologie et toutes sortes de stratégies. Ce phénomène a plusieurs effets. D'une part il crée plus de possibilités pour de nouveaux développements mais il peut d'autre part coincer le designer purement dans un rôle d'exécutant. Ce qui en soi est bizarre. Car "créer" est quelque chose de tout autre que "donner forme à". Le mot design englobe les deux significations, et de là vient probablement la confusion. Ce qui fait la distinction entre les deux ici, c'est le processus de recherche par rapport à la création. Cette recherche place le designer au centre d'un procès de pensée et de développement, et fait de lui par conséquent un chercheur. Mais est-ce bien ce que les jeunes designers souhaitent? Peut-être veulent-ils tout simplement se laisser guider par le briefing et choisissent-ils le chemin le plus facile: celui de gagner le plus possible d'argent sans trop se casser la tête? Ou bien osent-ils mettre en question le briefing en tant que "chercheurs" avec pour résultat des solutions beaucoup plus inventives, plus pertinentes et donc plus intéressantes. Tout ceci demande une plus grande synergie entre les "généralistes" et les "spécialistes" par-delà les restrictions de la commande. Car la pensée à court terme domine notre économie de façon presque paralysante. Faut-il qu'une formation "académique" se prête à ceci? Autrement dit, doit-elle servir le marché en livrant des spécialistes sur-mesure? Or, il nous faut également des gens avec un regard plus large ou différent sur les choses. On pourrait les appeler: généralistes. Une formation académique a sans doute pour tâche de combiner les deux (généralisme et spécialisme) jusqu'à un certain point pour que le graphiste en herbe soit en mesure de proposer des solutions aussi bien en tant que penseur créatif qu'en tant qu'organisateur.

Mais qu'entendons-nous par créativité? Il semble logique que dans l'enseignement artistique le terme "créatif" soit important. Mais la légèreté avec laquelle le terme est employé dans notre société actuelle, est indicatrice de sa banalisation. N'est-ce donc pas une caractéristique de l'être humain (et de l'animal!) de parvenir à des solutions à l'aide du hasard, d'inventivité, de technique et de sens de l'entreprise - quelles que soient les circonstances... Un peintre extraordinaire n'est pas pour autant créatif, alors qu'un amateur dans le métier ne maîtrisant aucune technique peut l'être dès lors qu'il se met à faire des liens intéressants. Des connections dans tous les sens, de l'abstraction à la concrétisation, du conceptuel au matériel et vice versa. Intégration n'est pas ici un mot magique, il est dans ce contexte précis plutôt une attitude avec laquelle les créateurs se positionnent en plein centre de la société. Dans ce sens, à priori, la tâche des graphistes dans notre formation et notre société, en est une de recherche et pas seulement de "créativité" au sens strict du mot. Ce qui n'empêche pas, bien sûr, une bonne dose de "désintégration" d'être intéressante.

C'est pour cela que "Integrating design..." est aussi un projet de recherche. Un projet capable de soutenir l'académisation au moyen d'une réflexion critique avec les faiseurs et les penseurs et la combinaison des deux, issus de disciplines diverses dans la zone frontalière entre le graphisme, l'illustration, la typographie, la publicité, la culture visuelle, les nouveaux médias et les arts autonomes. Tout ceci, avec pour but d'avoir une meilleure notion des procès de création, de quels types qu'ils soient et dans quelle discipline qu'ils soient.

La passerelle inspirante entre penser et faire. Integrated 2007.

Hugo Puttaert
Bruxelles, septembre 2007 - traduction par Arpaïs Du Bois