

Nærvær og hverdagsobjekter

Øyeblikkene som forlenger objektenes levetid

av Bjørn van den Berg

Masteroppgave i Produktdesign ved Høgskolen i Oslo og Akershus
Studentnummer 280643
Emne MAPD 5900 - Master's Project in Product Design
Våren 2014

Forord

Denne masteroppgaven er utarbeidet som en del av mastergradstudiet ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HIOA), avdeling for produktdesign, våren 2014. Oppgaven har et grunnleggende visuelt fokus og omhandler mitt prosjekt med å stille ut ved Salone Satellite som er en del av møbelmessen i Milano (Salone del Mobile). Dette er den delen av den offisielle møbelmessa hvor unge og uetablerte designere har mulighet til å stille ut sine arbeider.

Min innfallsvinkel preges av å ha vært utplassert ved et designstudio hvor det arbeides med møbler og hverdagsobjekter, men også min barndom, da jeg var en samler som hadde en fasinasjon for de små unike tingene.

I november 2013 fikk jeg bekreftet at jeg hadde fått plass ved Salone Satellite sammen med Caroline Olsson som er tidligere student ved avdeling for produktdesign og ferdig med sin Master. Vi har stilt ut nye prototyper som individuelle designere. Målet med oppgaven har vært å definere meg som selvstendig designer og gi meg viktig erfaring fra denne delen av produktdesignbransjen. Skolen har de siste årene bygget en fin tradisjon hvor studenter velger å vise sine arbeider utenfor landets grenser og på messer. Norge har lite møbelindustri, relativt få produsenter og arenaer for å stille ut innenfor landets grenser. Det er derfor naturlig for unge formgivere å se utlandet for å vise arbeidene, bygge seg viktig nettverk, få erfaring og skaffe seg referanser.

Alle produktene utviklet til messen er utviklet med utgangspunkt i oppmerksomt nærvær og erkjennelse av tilstedeværelse for å skape relasjoner til produktene. Dette fordi jeg mener at produkter som innbyr til en refleksjon over øyeblikket, vil ha lengre levetid og gjøre brukeren emosjonelt sterkere tilknyttet til dem.

Takk til

Et masterarbeid er lærerikt hvis man får mulighet til å knytte til seg mange dyktige personer. Utenfra har jeg fått faglige tilbakemeldinger, respons, støtte og hjelp med prototyper.

Jeg ønsker derfor å takke min interne veileder Arild Berg som er dyktig til å finne mine styrker, oppgavens styrker og som har mye kunnskap om teorier. Arild er også god på tekstoppbygging og til å gi ros og respons på hva som må jobbes mer med. Jeg ønsker å takke min eksterne veileder Torbjørn Anderssen som er en dyktig pedagog, motivator, formgiver og teoretiker. Oppstartsmøtet med Torbjørn Anderssen gjorde at jeg klarte å finne en klar kurs i prosjektet tidlig. Takk til de andre ansatte ved Anderssen & Voll som også har bidratt med gode tips og støtte.

Jeg ønsker å takke Caroline Olsson som jeg delte stand med ved Salone Satellite. Vårt samarbeid har vært inspirerende for meg og vi klarte å komme opp med gode løsninger ift. utforming av standen. Takk til Jeanett Teigen og Ida Løvstad for billedtaking av produktene. "Produktene blir ikke bedre enn ditt beste bilde," som sagt.

Jeg ønsker å takke Forsvarets Forskningsinstitutt hvor jeg har fått CNC-dreid Aura speilene og vannskjært Circus. De har opptrådd veldig profesjonelt, tatt mitt prosjekt seriøst og levert mine bestillinger på kort tid til god kvalitet. Jeg ønsker å takke Trond Mikkelsen ved Dform på Khio for hjelp med 3d print av Attach, til tross for at jeg ikke er student ved skolen. Takk til student Simon Sebjørnsen som hjalp meg med frese vekk deler av Aura speilene og som har bidratt med nyttig kunnskap fra metallverkstedet. Takk til lærerne ved skolens verksteder som har bidratt med uvurderlig materialkunnskap og tips om hvor man kan få tak i ting. Spesielt Mikael Omlid som har hjulpet meg med laserkutting. Takk til medstudentene i klassen som har bidratt med gode tips om utstyr, verktøy og butikker med materialer. Det hjelper å luften tankene sine for dem.

Takk til Blakerstiftelsen og Sparebanken Hedmarks kunst- og kulturfond for økonomiske støtte til utstillingen i Milano.

Jeg ønsker sende en stor takk min familie som har bidratt med støtte personlig og økonomisk. Takk til Kari van den Berg for hjelp med tekst. Spesielt takk til Kaja van den Berg som alltid bidrar med verdifull respons og markedsinnsikt.

Innholdsfortegnelse

Forord	3
Sammendrag	6
Summary	7
DEL 1	8
Innledning	9
Prosjektbeskrivelse	10
Bakgrunn og innfallsvinkel	11
Emosjonell design	15
DEL 2.	18
Ideutvikling	19
Valg av ideer	25
Produktutvikling	26
Aura	30
Om Aura speilserie	32
Produksjon av prototypene	34
Greenhouse Stockholm	41
Produksjon og videreutvikling	46
Attach	48
Om Attach klypelampe	50
Produkt- og prototype utvikling	53
Produksjon og videreutvikling	63
Circus	64
Om Circus klistrelappbeholder	66
Produkt og prototype utvikling	74
Produksjon og videreutvikling	77
Visuell identitet	78
Presentasjon	79
Stand	82
Produktbilder	86

Innholdsfortegnelse

Formidling	103
Om Salone Satellite	104
Undersøkelser ved Salone Satellite	109
Spredning i medier	113
DEL 3	118
Diskusjon	119
Konklusjon	123
Vedlegg	125
Kilder	126
Bildehenvisning	127
Tidsplan	129
Rådata fra Milano	132

Sammendrag

Denne masteroppgaven er utarbeidet som en del av mastergradstudiet ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HIOA), avdeling for produktdesign, våren 2014. Oppgaven omhandler prosessen med å utvikle tre produktserier, presentasjon, messestand og visuell identitet til prosjektet som selvstendig designer ved Salone Satellite. Hverdagsobjektene som inngår i oppgaven er utviklet med tanke på å gi en opplevelse av nærvær og tilstedeværelse. Tanken er at opplevelsen av nærvær skal gjøre brukerne sterkere emosjonelt knyttet til produktene for å forlenge deres levetid og gjøre de mer bærekraftige.

Oppgavens tittel

"Nærvær og hverdagsobjekter"

Problemstilling

"Hvordan utvikle produkter som skaper en opplevelse av nærvær og tilstedeværelse for å bidra til relasjoner mellom bruker og produkt?"

Metode og teori

Prosjektet har et grunnleggende estetisk fokus. Utvikling av produktene er gjort med utgangspunkt i modeller for idéutvikling, etablering av visuelle metaforer og fysisk produktutvikling med en "hands-on" tilnærming. Undersøkelser relatert til oppgaven er gjort på grunnlag av formidling av produkt ved messe og i medier. Det har vært gjort observasjoner og dialog med besøkende under presentasjon av produkter ved Greenhouse ved Stockholm Furniture Fair og Salone Satellite ved møbelmessa i Milano, samt innhentet og analysert av respons fra ulike medier. Teoretisk bakgrunn i oppgaven er basert på samtale med fagpersoner, samt innhenting av faglitteratur relatert til mindfulness, emosjonell design, estisk teori og metoder for idéutvikling.

Verdikriterier gitt til produktene

- Etablering av visuelle metaforer
- Innby til oppmerksomt nærvær – gjøre brukerne tilstede i seg selv og omgivelsene
- Innby til refleksjon i det øyeblikket man interagerer med produktet
- Relasjonsskapende
- En stille interaksjon og tydelighet
- Taktilitet og sanselighet
- Tydelig bruk av silhuetter og skulpturell verdi
- Farge brukt som verdi

Konklusjon

I oppgaven har jeg utviklet og fremstilt tre produkter som prototyper samt presentert dem for potensielle brukere på ulike måter. Jeg ville utforske hvordan man kan utvikle produkter som skaper en opplevelse av nærvær og tilstedeværelse for å bidra til relasjoner mellom bruker og produkt. Produktene jeg har utviklet i oppgaven bidrar til det i større og mindre grad. Hvis man lykkes i å utvikle små objekter, som stimulerer til oppmerksomt nærvær og som er utviklet på etablerte visuelle metaforer, tror jeg at man kan skape bærekraftige produkter. Av de tre produktene jeg har utviklet i denne oppgaven er det Aura som best oppfyller problemstillingen i oppgaven min.

Summary

This Master thesis is a part of the Masters degree at Oslo and Akershus University College, department of product design, spring 2014. The thesis is a review of the process of developing three product series, a presentation and a fair booth and visual identity for my exhibition as independent designer at Salone Satellite. The everyday objects are developed with a thought of creating an experience of mindfulness and presence. By creating this experience of awareness the user is meant to get a stonger attachment to the product and extend the product life span, and thereby making the products more sustainable.

Thieses title

"Precense and everyday objects"

Research question

"How to develop products that create an experience of mindfulness and prescence to contribute to attachment between user and product"

Method and theory

This project has aesthetic approach. The development of the products have been based on models of ideation, establishing of visual metaphores and a hands-on approach. Research regarding the thesis have been done based on dissemination at fairs and in media. Observation and dialog with visitors at Greenhouse at Stockholm Furniture Fair and at Salone Satellite at the Furniture Fair in Milan, as well as collection and analysing of respons in different media. The theoretical background in the thesis is based on converstations with professionals and gathering of disiplinary litterature related to mindfulness, emotional design, aesthetic theory and methods of ideation and creative thinking.

Value criteria given to products

- Developing of visual metaphores
- Tempt to mindfulness - make the user aware of themselves and their surroundings
- Tempt to reflection in the moment you interact with the product
- Products that creates attachment
- Quiet interaction and intelligibility
- Tactility and sencability
- Clear silhouettes and sculptural value
- Color used as value

Conclusion

In this thesis, I have developed and made three products as prototypes and presented them to potential users. I wanted to explore how to develop products that create a sense of presence and awarness to create attachment between user and product. The products I have developed have been evaluated for this approach. If you succeed in developing small objects, which encourages to mindfulness and are developed out of visual metaphors, I believe that the object would be sustainable. From the three products I have developed in this thesis, Aura solves the research question most accurate in my project.

Prosjektbeskrivelse

Masteroppgave min er rettet mot å stille ut ved en egen stand på Salone Satellite, som er en del møbelmessen i Milano. Jeg valgte delt stand med Caroline Olsson og vi stilte ut individuelt på hver vår del av standen. Salone Satellite er den delen av møbelmessen Salone del Mobile hvor unge og uetablerte designere kan stille ut. Salone Satellite ble avviklet fra 8-13 april, 2014.

Oppgavens tittel

"Nærvær og hverdagsobjekter"

Problemstilling

"Hvordan utvikle produkter som skaper en opplevelse av nærvær og tilstedeværelse for å bidra til relasjoner mellom bruker og produkt?"

Oppgavens fysiske innhold

- En speilserie - "Det glødende speilet"
- En klypelampe - "Fra verktøy til lampe"
- En klistrelappholder – "Det skjulte fargespekteret"
- Messestand
- Visuell identitet – presentasjon, grafisk arbeid, billedtaking og webside

Verdikriterier gitt til produktene

- Etablering av visuelle metaforer
- Innby til oppmerksomt nærvær – gjøre brukerne tilstede i seg selv og omgivelsene
- Innby til refleksjon i det øyeblikket man interagerer med produktet
- Relasjonsskapende
- En stille interaksjon og tydelighet
- Taktilitet og sanselighet
- Tydelig bruk av silhuetter og skulpturell verdi
- Farge brukt som verdi

Samfunnsmessig relevans

I dagens samfunn blir vi som mennesker i større og større grad eksponert for ulike inntrykk som skriker om vår oppmerksomhet. Sosiale medier, reklame og tidsklemme har bidratt til dette. Min tanke er å designe produkter som innbyr til oppmerksomt nærvær og som gir en erkjennelse av eksistens. Dette for å gjøre en bevisst på seg selv og omgivelsene i øyeblikket man befinner seg i, og innbyr til opplevelser i det man interagerer med produktene. Tanken er at dette skal gjøre brukerne emosjonelt tilknyttet til produktene, og slik for å forlenge produktenes levetid og gjøre de mer bærekraftige (Tore Gulden, 2011).

Bakgrunn og innfallsvinkel

Gjennom hele studiet har jeg hatt en interesse for møbler og andre produkter til hjemme. Det vil ikke nødvendigvis si at dette er mitt spesialfelt, men jeg har en fasinasjon for vår interaksjon med hverdagsobjekter. Selv om møbelmessen i Milano har et hovedfokus på store møbler, er det også en mulighet for å vise frem mindre hverdagsobjekter innenfor andre sjangere.

Praksis hos Anderssen & Voll

Ved produktdesign Master 5. semester hadde jeg praksisplass hos det Oslobaserte designkontoret Anderssen & Voll, som hovedsakelig arbeider med møbel og hverdagsprodukter til hjemmet. Denne perioden ga ekstra motivasjon i forhold til å satse innenfor denne retningen av produktdesign. Designerne ved Anderssen & Voll har selv erfaringer fra å stille ut arbeider uavhengig av produsent, i hovedsak i oppstartsfasen av deres karrierer, men også de senere år. Produktdesignere innfor møbel har tradisjon for å vise sine arbeider ved å fremstille egne uavhengige prototyper for å komme i kontakt med industrien. Med et overordnet mål om å få prototypene i produksjon hos en produsent, kan slike prosjekter også bidra til andre verdier for utstiller; oppmerksomhet, publisitet, nettverk, gode referanser og nye utstillingsmuligheter.

Markedet for produktdesignere er tøft og mange sliter med å skaffe seg arbeidserfaring. Jeg tror erfaringen fra å stille ut ved Salone Satellite som selvstendig designer vil bidra til å gjøre meg mer attraktiv på arbeidsmarkedet. Jeg ser flere selvstendige produktdesignere som bidrar som konsulenter i tverrfaglige prosjekter og som del av større prosjekt. Det å ha erfaring fra messe, organisering og kontakt med industrien vil kunne gjøre meg mer attraktiv som samarbeidspartner.

Den selvstendige retningen av produktdesign skiller seg fra der man ofte arbeider direkte med industrien i større bedrifter, og får betalt etter antall timer med arbeid og resultat. Møbel og de andre hverdagsproduktene som jeg har arbeidet med, gir som oftest royalty-avtaler med produsenter ved eventuell produksjon. På mange måter ligner dette mer på en kunstners hverdag, hvor man kan begynne å tjene penger i et lengre tidsperspektiv avhengig av om man har lyktes. Unge uetablerte designere som fremstiller prototyper, trekkes ofte inn for å gjøre konseptuelt spennende prosjekter og kan være et viktig bidrag til innovasjon. Jeg mener derfor at vi har en viktig rolle innenfor morgendagens produktdesign.

Tilnærming til produktutvikling

Ved å fremstille modeller og prototyper som er tett opptil det endelige produktet vil man ha et en fordel som designer i arbeidet med produktutvikling. Man erfarer mye når man fremstiller modellen, både når det kommer til dimensjoner, funksjon og den opplevelsen det endelige produktet vil få. Under min praksis hos Anderssen & Voll besto mye av arbeidet med å fremstille prototyper. Først og fremst for å bli kjent med dimensjoner og størrelser i enkle materialer, men også for å erfare konstruksjonen og om de visuelle virkemidlene man har sett for seg er like effektive i 3d. Utforskning i skala og materialitet er slik jeg ser det grunnleggende sånn jeg ser det for et godt endelig resultat. En "hands-on" tilnærming er noe jeg ha tro på også i fremtiden.

Modellene er også et godt visuelt virkemiddel for å gi betrakterne et inntrykk av at designernes prosess har vært genuin. Det viser at prosjektet er gjennomarbeidet og billedgjør prosjektet gjennom en form for historiefortelling. Dette erfarte jeg når pappmodellen av Anderssen & Volls Bow sofa for Erik Jørgensen ble brukt i en helsides annonse som en forsmak før lanseringen på Designers Saturday(fig. 1).

VERDENSLANSERING

Tannum Møbler er svært stolte av
å få presentere den nye sofaen fra Erik Jørgensen
designet av Anderssen & Voll under
Designers Saturday
7-8 september.

Møt designerne hos oss Lørdag 7 september.



Prototyp i papp.

TANNUM

MØBLER | BELYSNING | SOLSKJERMING | TEPPER | TEKSTILER
Stortingsgt. 28, 0161 Oslo, 23 11 53 90, post@tannum.no www.tannum.no

Fig. 1.

Fig. 1. viser pappmodellen i full skala lagde jeg i samarbeid med Marianne Andersen hos Anderssen & Voll, annonsen ble vist i D2, Dagbladet Magasinet og Bo Bedre.

Veiledning av Torbjørn Anderssen - seniordesigner hos Anderssen & Voll

Torbjørn Anderssen seniordesigner ved designkontoret Anderssen & Voll har bidratt som ekstern veileder. 3 januar hadde vi første veiledningstime i løpet av perioden, dette for å velge strategi for arbeidsprosess og metodebruk. Møtet foregikk ved at jeg presenterte min tilnærming til oppgaven og foreløpige produktideer til Torbjørn. Ideene var stort sett på et tidlig skissestadium.

Om Torbjørn Anderssen

Torbjørn Anderssen er en av innehaverne av designbyrået Anderssen & Voll som ble etablert i 2009. Før dette var han del av designgruppen Norway Says som ble etablert i 1999. Torbjørn Anderssen er utdannet møbeldesigner ved Kunsthøgskolen i Bergen og har vært med å designe blant annet møbler, belysning, glass, tekstiler og elektronikk for flere norske og utenlandske produsenter. Han har pedagogisk erfaring som emneleder ved Kunsthøgskolen i Bergen. Norway Says stilte ut ved Salone Satellite i 2000, 2001 og 2002 (Låte, 2012).

Modell for ideutvikling

Torbjørn Anderssen anbefalte en modell utviklet av Erik Lerdahl som han pleier å anbefale til studentene han veileder ved Kunsthøgskolen i Bergen. Modellen er hentet fra Erik Lerdahls bok Slagkraft(2007). Torbjørn Anderssen mener at de gode ideene kan oppstå uavhengig av prosess, og at de derfra kan utvikles. Istedenfor en prosess hvor man starter med refleksjon og så går over til handling, anbefalte han meg i stedet å starte med å forta handlingen, for så å reflektere. Altså en tankegang hvor "Ideer oppstår ved handling", med skissering, modellering og fremstilling av prototyper i en tidlig fase.

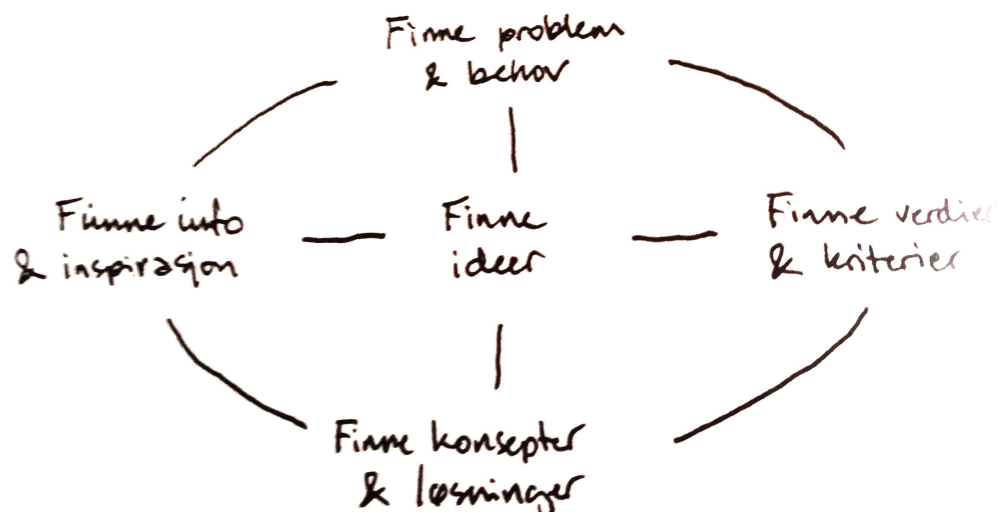


Fig. 2.

Fig. 2. viser Erik Lerdahls ideutviklingsmodell hentet fra boken Slagkraft.

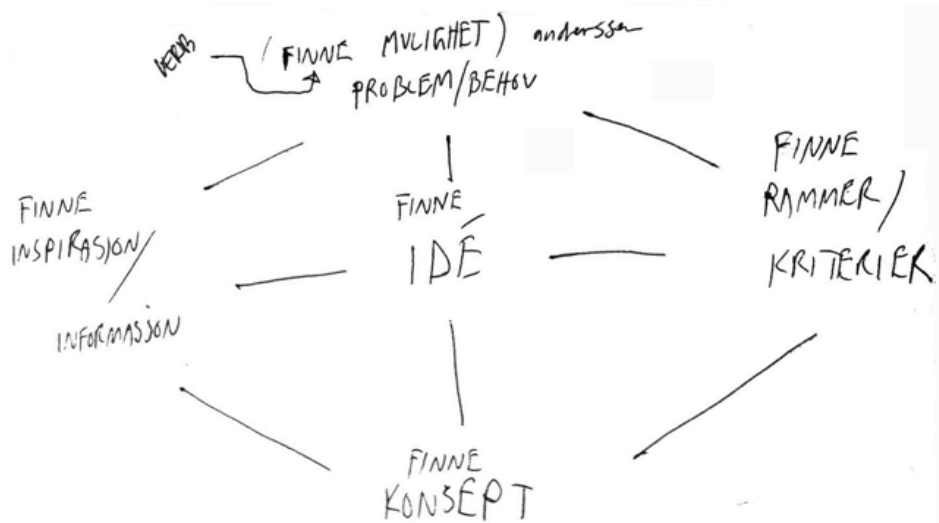


Fig. 3.

Fig. 3. viser modell skissert av Torbjørn Anderssen, basert på Erik Lerdahls idéutviklingsmodell der han har lagt til dimensjonen "finne mulighet". Fordi han mener ideer ikke trenger løse et behov eller problem. I modellen er alle områdene knyttet opp mot hverandre, Lerdahl bruker også "finne løsninger" under konsept. (Lerdahl, 2007)

Etablere visjon og skape metaforer

Torbjørn Anderssen presiserte at to viktige i kriterier for å etablere og oppfylle et prosjekt er å etablere visjon og skape metaforer. Med det å finne ut hva produktene skal være, gjøre og oppleves som, etableres visjoner. Han fremhevet også at det ofte er viktig å skape visuelle metaforer når man skal arbeid med estetiske prosjekter, og henviste til at dette er noe de gjør ved deres kontor. Et eksempel på en metafor kan være:

"Vekkerklokka mi er en bjelle"

Metode med aktiv visualisering

Ideer oppstår ofte ved at man modeller. I oppgaven blir det viktig å arbeide med å endre skala i skissene og bruke farge, dette fordi farge er verdi i prosjekter. Ellers er det viktig å modellere skissene fysisk og kommunisere ideene i ulike medier fordi det gir mulighet for nye assosiasjoner og innbringende "feil-tolking". Torbjørn mener at da oppstår interessante idéer.

Generelle tips til Salone Satellite

Torbjørn anbefalte å designe små produkter – de er enklere å konkretisere og gjennomarbeide som selvstendig designer. I tillegg til at de er enklere å frakte og produsere.

Tips: "Ditt beste produkt blir aldri bedre enn ditt beste bilde".

Torbjørn anbefale å se på produktene som del av en fortelling og lag et visuelt essay i bildene. I en digitalisert verden spres bilder på blogger og i magasiner. Det er derfor er det viktig å legge til rette for slik deling med gode bilder.

Tidligere innfallsvinkel

Gjennom studiet har jeg arbeidet med flere prosjekter. Det som er felles flere av de er tanken om oppmerksomt nærvær og en tilstedeværelse. Høsten 2013 arbeidet jeg med en tanke om et servise hvor kantene til fatene overlappet hverandre for å knytte de ulike matrettene sammen, men også med en visjon om at dette ville føre til et tettere bånd mellom de som satt rundt bordet. Ideen oppsto da jeg på mitt lille spisebord ble nødt til å plassere tallerkenen oppå kantene til de andre. Ved å utføre denne tilfeldig handling oppsto ideen, som et "heldig uhell" (serendipitet (Godø, 2005)). Ved å samle retten ble jeg oppmerksom på at det skape en mer intim atmosfære og en tettere knyttet sosial setting.

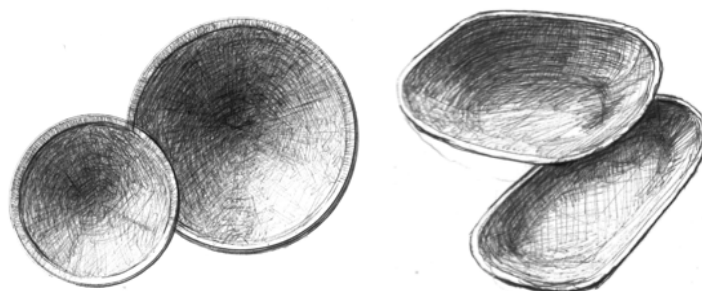


Fig. 4.

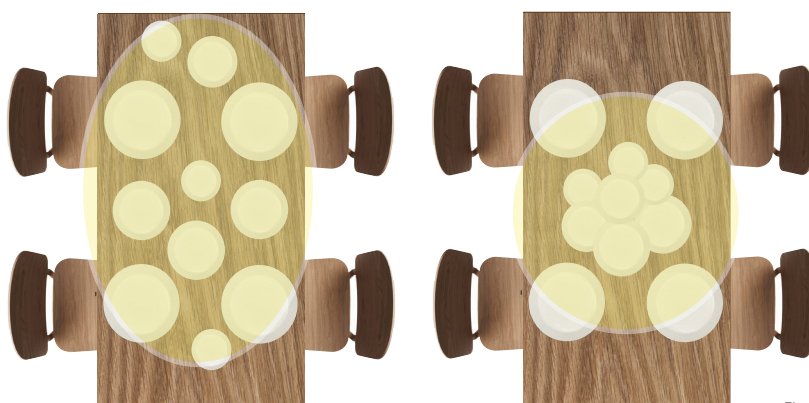


Fig. 5.

Fig. 4. viser skisser av overlappende fat i sirkulært og amorft formspråk. Fig. 5 Viser illustrasjon av bord-situasjon med fat som står alene og fat som overlapper hverandre.

Emosjonell design

Det å knytte emosjoner mot produktutviklingen ligger i tiden. Produkter som appellerer til følelser beriker brukernes liv og kan forbedre deres generelle opplevelse av velvære (Ruth Mugge, 2009). Det å generere ideer med følelser som et utgangspunkt, før tanken på hvilken faktisk funksjon de skal bekle er noe jeg har tro på kan skape unik produkter. Da kan man når ideen har oppstått utvikle den ut i fra en idéutviklingsmodell og forbedre den ved hjelp av gradvis handling i form av modellering og visualisering. Refleksjonen vil forgå underveis hvor man forsøker å holde sin visjon i forhold til hvilken emosjoner man ønsker å påvirke.

Når en person utvikler et emosjonelt forhold til et produkt, har det gitt produktet en mening utover dets funksjon. Med andre ord – et ordinært produkt har blitt et ekstraordinært produkt. Ved å oppleve et emosjonelt bånd til produkter kan det resultere i mer bærekraftig oppførsel hos brukere; siden det er større sjans for at de vil behandle produktet mer forsiktig og reparere det og utsetter tiden til en eventuell erstatning med et nytt produkt (Ruth Mugge, 2009).

Oppmerksomt nærvær

Det engelske begrepet "Mindfulness" er på norsk ofte oversatt som oppmerksomt nærvær eller oppmerksomhetstrening. Oppmerksomhetstrening vil si å øve på å være til stede i øyeblikket. Den vanligste måten man kan øve å være oppmerksomt tilstede på er ved å legge merke til sin egen pust – innpust og utpust. Prinsippene ved mindfulness praktiseres innenfor psykologisk terapi for å bidra til stressreduksjon. Mindfulness kan praktiseres ved f.eks yoga eller meditasjon (Svein Gran, 2011).

"Tilstedeværelse er mer enn å være fokusert eller konsentrert om noe. Å være til stede betyr at vi har kontakt med kroppen, pusten og sinnet vårt, og er i kontakt med verden gjennom et åpent sinn og et åpent hjerte. Da opplever vi dype og nærende møter"(Michael de Vibe, 2007)

Oppmerksomhetstrening har i løpet av de siste 25 år utviklet seg til en metode for behandling av stress og helseplager. Det er bevist at oppmerksom tilstedeværelse gir en grunnleggende kontakt med vår opprinnelige natur og vår innerste opplevelse av oss selv. Hjerneforskning har det blitt vist at trening i oppmerksomhet endrer hjernens funksjon og struktur, noe som gjør at sinnet frigjøres fra mønstre som skaper sykdommer. Treningen fremmer psykisk og fysisk helse(Svein Gran, 2011).

En nærværøvelse

*Stopp opp et øyeblikk.
Hvor er du akkurat nå?*

*Er det andre mennesker sammen med deg, eller er du alene?
Ta deg litt ekstra tid til å legge merke til det som er rundt deg, uten å vurdere eller bedømme det du ser.
Hva ser du, hva hører du?*

*Kjenn så etter på kroppen din.
Hvordan er den i berøringen med underlaget?
Hvordan kjennes klærne mot huden, luften mot ansiktet?
Flytt oppmerksomheten din mot det stedet du best kan følge
med på rytmen i kroppen din. For noen er det neseborene,
for andre er det magen. Legg merke til hvordan du puster inn,
og hvordan du puster ut.
Følg med på dine egne åndedrett uten å prøve å kontrollere
eller styre hvordan du puster.*

*Det gjør ikke noe om du blir distraheret,
av lyder, tanker eller andre signaler fra kroppen.
Når du blir distraheret skal du bare legge merke til det som
distraherer deg, uten å la det fange oppmerksomheten din.
Ikke prøv å styre tankene dine, men aksepter det som dukker opp.*

*Du flytter oppmerksomheten din vennlig men bestemt tilbake til pusten.
Fortsett med dette i tre minutter.*

Så kan du vende tilbake tilbake til det du holdt på med.

(Løvstad, 2011)

Denne nærværøvelsen innbyr til å erkjenne hvordan man har det i forhold til sanselighet og taktilitet. Dette er emosjoner jeg ønsker å aktivere for å bidra til produktrelasjoner.

Nærvær i design

Den japanske designeren Naoto Fukushima beskriver nærvær i design i sin bok i avsnittet Center of awareness (min oversettelse):

“Det var ikke lett å redesigne noe så velkjent som en te-pose. Jeg tror ubevisst eller ikke, at det er en sentral erkjennelse som berører oss som følge av den bestemte handlingen det er å lage- eller drikke te. Denne sentrale erkjennelsen er selve roten til vår persepsjon i forhold til hele denne handlingen – en erkjennelse av fargen til teen når den er klar til å drikkes. Selv når du snakker med noen eller bare dagdrømmer, det er den rødlige brunfargen som signaliserer til underbevisstheten din når går du fra å lage til å drikke te. Jeg endte med å feste en semi-transparent ring i teposens snor, i en rødlig brunfarge som fargen til ferdigtrukket te. Det er ikke nødvendig å vente med å drikke teen til den har fått den eksakte fargen på ringen, og heller ikke nødvendig å være klar over meningen med denne ringen. Men hvis fargen kan indikere en smak, og på en diskret måte kan gi personen som lager teen, en bekreftelse, er det fortsatt en god ting.”(Fukushawa, 2007)



Fig. 6.



Fig. 7.

Fig. 6. viser Naoto Fukushawas tepose før bruk. Fig.7. viser tepose i bruk

For meg handler nærvær i design ulike former for persepsjon som taktilitet og sanseaktivering. Men også ulik aktivering i øyeblikket som skaper interaksjon i form av nysgjerrighet, undring, nostalgi og gjenkjennelighet, som videre skal føre til at man blir mer oppmerksom. Alle disse formene for interaksjoner har jeg på ulike måter brukt i mine produkter.

Idéutvikling

Idéer kan for meg oppstå uavhengig av en styrt prosess. På bussen, i en kontekst eller mens man tegner kan idéer komme. Men også ved respons/feiltolkninger som fører til ny interessante tilnærminger og nye idéer. Handlinger som å skissere, konversere og formidle idéer, eller ved å oppsøke informasjon og være observant i en kontekst kan generere nye idéer. Enkelte ganger kan en visjon som utgangspunkt, andre ganger skjer prosessen mer tilfeldig. Refleksjon skjer da underveis og jeg har stor tro på å velge og utforske noe man umiddelbart synes er interessant. Ved å gjøre dette fremfor å foreta en større reflekterende prosess tidlig tror jeg at flere uventede ting kan oppstå. Ved å designe uten brief kan det oppstå spennende nye ting. I andre prosesser vil det å ha noen rammer å arbeide innenfor være mer naturlig.

Erik Lerdahl tar i sin bok Slagkraft (2007) for seg bruken av metaforer i idéutvikling. Han deler bruken av metaforer inn i to hovedkategorier; poetiske metaforer og produktmetaforer. De poetiske metaforene har et høyere abstraksjonsnivå, med et fokus på interaksjonsopplevelsen til brukeren som stemninger og følelser, mens produktmetaforer går mer konkret på utformingen.

“Gode produktmetaforer har gjerne noe poetisk ved seg, de vekker sanseassosiasjoner” (Lerdahl, 2007)

Det å bli bevist på hvilke kvaliteter som ligger i metaforen er derfor viktig. Om de passer godt inn i en kontekst og om de skaper en følelse av nærvær. Etablering av metaforer er en fin måte å skape historier og billedlige inntrykk på. Man kan dra paralleller, likheter og påvirke sanser. I denne idéutviklingen tar jeg for meg åtte av de idéene jeg genererte i prosessen. Sju av dem er gitt navn ut fra de overordnede metaforene de representerer, den siste er en produktvisjon:

“Det glødende speilet”

“Skrivebordslampe som pendler med deg”

“Det åpne skapet”

“Funksjonene som vokser ut i fra den stramme kroppen”

“Vekkerklokka mi er ei bjelle”

“Platåene”

“Det skjulte fargespekteret”

“Morteren som øker opplevelsen av lukt”(visjon)

Jeg har også lagt til en visjon til hver av metaforene og beskrevet på hvilke måte de påvirker oppmerksomt nærvær. Siden jeg har en indikasjon på at ideer ofte oppstår uavhengig av prosess, kan jeg si at ideene har oppstått på svært forskjellige måter. Noen idéer er presset fram ved å jeg har generert en tanke om en visuell opplevelse enten via tegning eller fra en inspirasjonskilde eller et fenomen. For å deretter foretatt en “tvungen kobling-tankegang” der jeg har sett på hvordan jeg kan ta i bruk denne opplevelsen i et produkt. Hjernen har i mange tilfeller en tendens til å gjøre koblingene for oss, derfor hjelper det ofte i en kreativ prosess å utfordre denne type koblingsmekanisme i hjernen. Om fenomenet påvirker en form for sanselighet når det blir “tvunget koblet” til et produkt er de et godt utgangspunkt for videreutvikling til produkt som gir en tilstedeværende opplevelse (Lerdahl, 2007)

Et annet nyttig verktøy er å formidle idéene og diskutere med andre. Modellering i 3d og skisse har jeg erfart som de mest effektive metodene til å dele ideer med andre i en slik prosess. Dette gir rom for “nyttig feiltolkning” og viderebygging av konsept med respons fra andre utenfra. En introvert prosess kan gå tregt og ende med at ideen ikke fikk realisert sitt potensiale (Lerdahl).

Under idéutviklingen oppstår det gradvis en visjon som tas videre i neste fase med produktutviklingen. Når man etablerer en visjon er det derfor viktig å ta stilling til verdier og hva som er grunnfilosofien bak produktet. Dette er en viktig drivkraft å ha med videre i prosjektet (Lerdahl, 2007)

Metafor 1. "Det glødende speilet"

Poetisk metafor som beskriver en form for sanselighet. En erkjennelse av noe som er reflekterende på hele overflaten, som solen eller en planet. Men som samtidig er glatt, taktilt og tungt.

Visjon: Gjøre speilet massivt for at det skal oppfattes som en verdifull gjenstand som appellerer til det sanselige.

Oppmerksomt nærvær: Stor grad av sanselighet i form av en god følelse av å holde produktet i hånden. Et format som relaterer seg til to åpne hender og gir et stille øyeblikk.

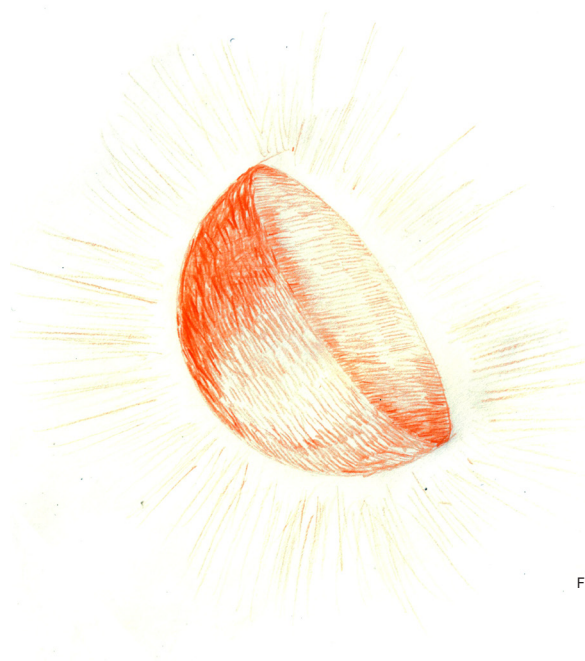


Fig. 8.

Fig. 8. viser skisse av idé

Metafor 2. "Skrivebordslampe som pendler med deg"

Produktmetafor med noe poetisk over seg. Tar for seg noe billedlig, men samtlige noe sanselig, fordi den relaterer seg til bevegelsen til hendene på en interagerende og fascinerende måte.

Visjon: Å lage en skrivebordslampe som interagerer på en analog måte. Når den tiltes i en retning følger skjermen med som en konsekvens av dens tyngde. Lampens stamme og skjerm er adskilt i denne roterende prosessen.

Oppmerksomt nærvær: Ved at man indirekte fører lyskilden i en retning, den beveger seg som en konsekvens av din handling. Slik blir lampens bevegelse en videreføring av en selv.

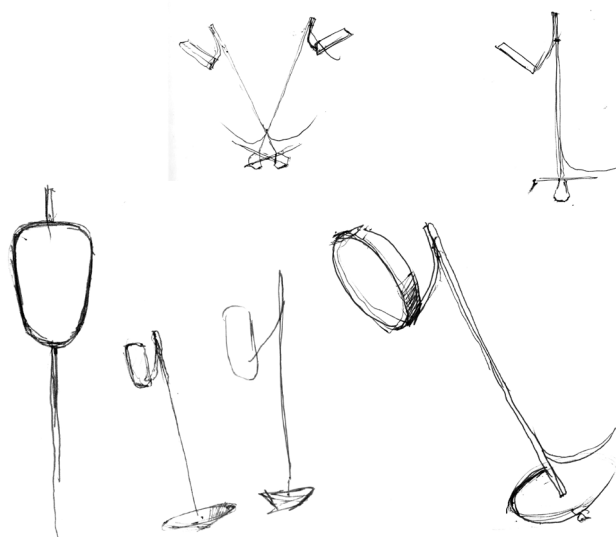


Fig. 9.

Fig. 9. viser skisse av idé

Metafor 3. "Det åpne skapet"

Produktmetafor med noe poetisk over seg. Tar for seg noe billedlig, siden vi tenker på et skap som et lukket rom med en eller flere dører. Når man åpner døren er rammen der fortsatt. I dette "skapet" er dørene enten ramme eller dør – og skapet er aldri lukket.

Visjon: Utfordre kjente konstruksjonsprinsipper som gjør at vi lager skap på den "samme" måten.

Oppmerksomt nærvær: Innby til gjenkjennelighet og nysgjerrighet, med et veldig stilisert formspråk. Gi mulighet for tilpassing avhengig av bruk og til å dekk til noe, brukeren må bestemme seg og være oppmerksomt tilstede.

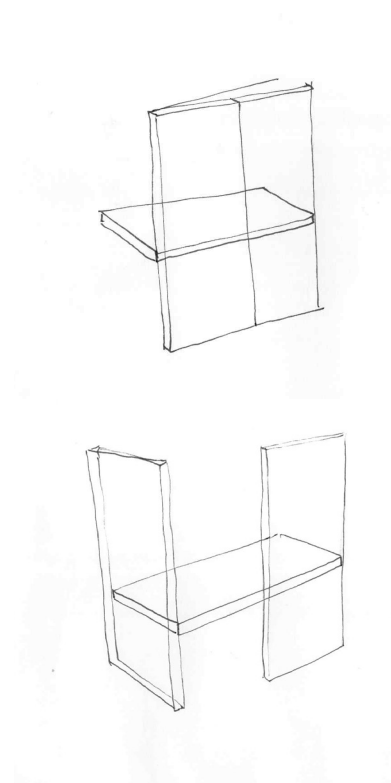


Fig. 10.

Fig. 10. viser skisse av idé

Metafor 4. "Funksjonene som vokser ut i fra den stramme kroppen"

En poetisk metafor. En metamorfisk prosess som gir lampen funksjonen; med bevegelse i linjeføring.

Visjon: Lage en klypelampe hvor prosessen går fra verktøy til lampe. Ta de gode opplevelsene fra det å bruke ulike klyper over i en mobil og justerbar lampe.

Oppmerksomt nærvær: En gjenkjennelighet og en erkjennelse av det å gjøre et arbeid. En kroppslig interaksjon og en mulighet for tilpasning til omgivelsene.

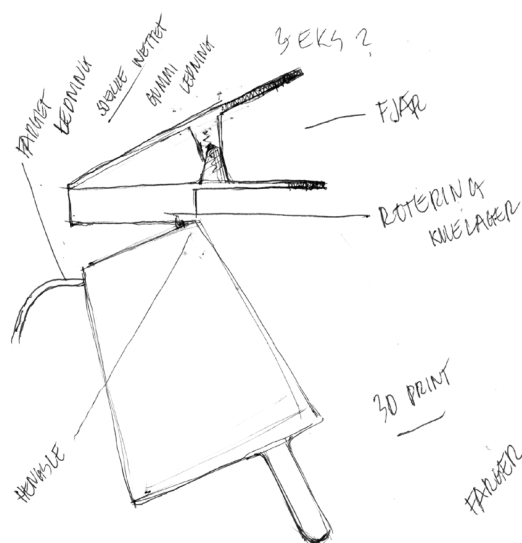


Fig. 11.

Fig. 11. viser skisse av idé

2.1.5. Metafor 5. "Vekkerklokka mi er ei bjelle"

Produktmetafor som tvinger funksjonen til en klokke inn i ei bjelle.

Visjon: Stilisere og endre orienteringen til den kjente vekkerklokka. Tanken om at vekkerklokka slår i sin egen kropp for å lage lyd.

Oppmerksomt nærvær: Innby til gjenkjennelighet. Lyd påvirker sansene og messingbjeller har en veldig estetisk lyd.

Fig. 12. vise skisse av idé

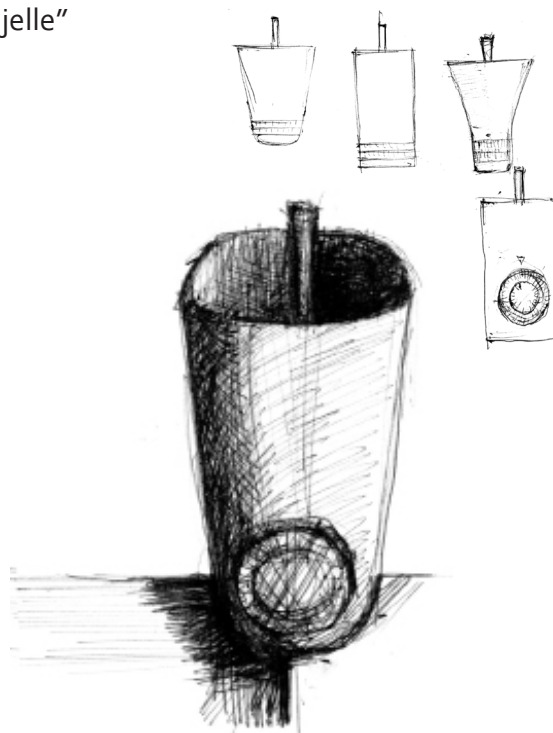


Fig. 12

Metafor 6. "Platåene"

Produktmetafor som beskriver at fatene er plassert i ulike høyder.

Visjon: Sammensetningen av fat knytter maten og folk sammen.

Oppmerksomt nærvær: Innby til gjenkjennelighet og nysgjerrighet. Gir mulighet for tilpassing avhengig av bruk. Et subtilt formspråk.

Fig. 13. viser illustrasjon av ide
Fig. 14. viser skisse av ide

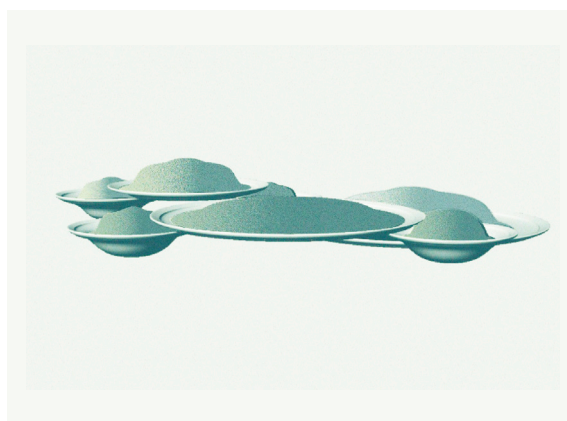


Fig. 13.

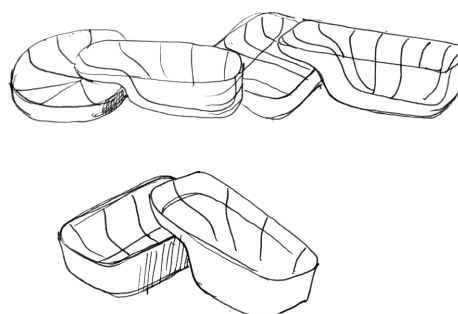


Fig. 14.

Metafor 7. "Det skjulte fargespekteret"

Poetisk metafor som viser et skjult fargespekter tvunget inn i en klistrelappholder.

Visjon: Et produkt som skaper en overraskende opplevelse i farge. Tilføre et nytt element i sin kontekst

Oppmerksomt nærvær: Innby til nysgjerrighet og glede ved fargesanselighet.

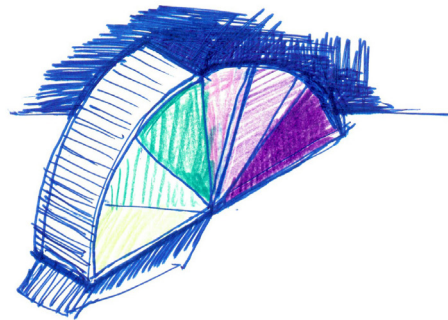


Fig. 15. viser skisse av idé

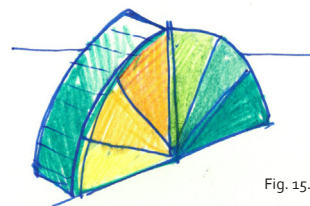
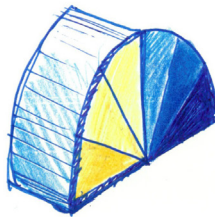


Fig. 15.

Visjon. "Morteren som øker opplevelsen av lukt"

Visjon: Øke opplevelsen av lukt når man tar i bruk en morteren.

Oppmerksomt nærvær: Stor grad av sanselighet. Man er til stede når man lukter og gjør et praktisk arbeide.

Fig. 16. viser skisse av idé

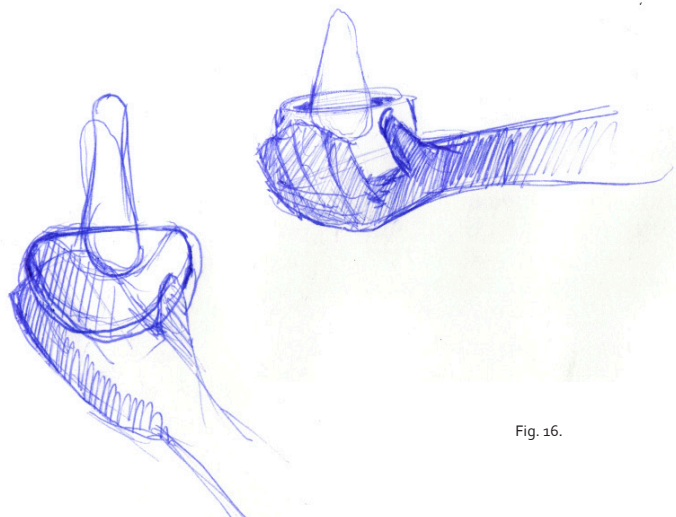


Fig. 16.

Valg av ideer

Valgene av ideer tatt videre til prototyper er gjort på grunnlag av verdikriteriene som ble gitt til produktene som beskrevet i prosjektbeskrivelsen (s. 12) og generelle prosjektkrav; som tid og ressurser. Følgende tre ideer ble tatt videre til produktutviklingen:

Objekt 1. Bord og veggspil basert på metaforen "Det glødede objektet"

Objekt 2. Klypelampen basert på metaforen "Funksjonene som vokser ut av den stramme formen"

Objekt 3. Klisterelappholderen basert på metaforen "Det skjulte fargespekteret"

Disse tre produktene representrer ulike former for sanselighet og var de jeg hadde kommet lengst med i idéutviklingen. De var mest klare til å gå over i produktutviklingsfasen av de idéene jeg hadde generert og oppfylte samtidig best verdikriteriene.

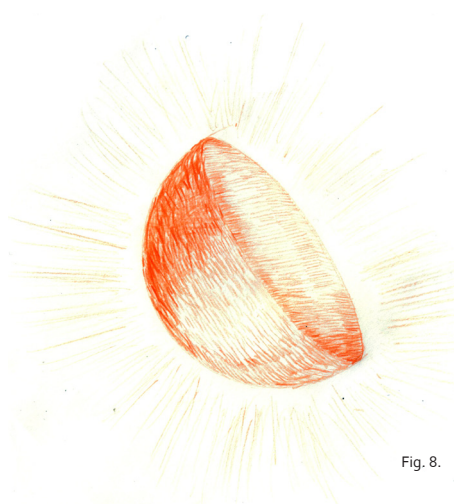


Fig. 8.

Metafor 1. "Det glødede objektet"

Objekt 1.

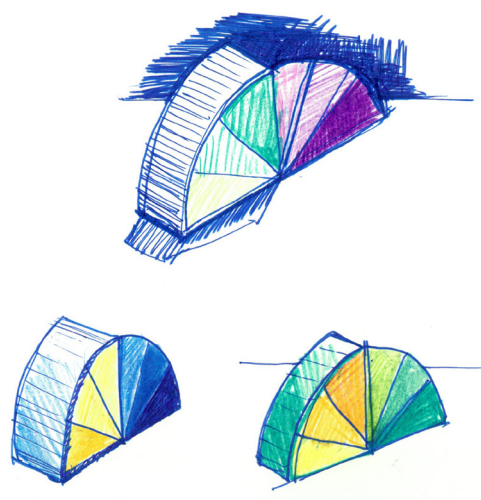
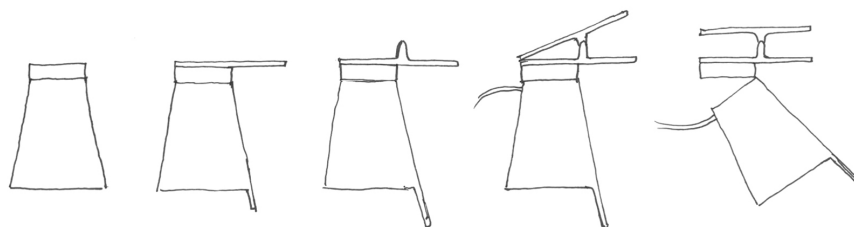


Fig. 15.

Metafor 7. "Det skjulte fargespekteret"

Objekt 3.



Metafor 4. "Funksjonene som vokser ut i fra den stramme kroppen"

Fig. 63.

Objekt 2.



Fig. 17

Produktutvikling

For en større frihet som uavhengig produktdesigner er jeg opptatt av å ikke sette for mange begrensninger til prosjektene mine tidlig. De maskiner og materialer jeg har tilgjengelig ved skolens verksteder, prøver jeg ikke la være en begrensning i prosessen. Ideene mine oppstår stort sett uavhengig av hva jeg har tilgjengelig. Det å ta utgangspunkt i et materiale og fordype seg i det kan være innbringende i enkelte prosjekter, men i mange tilfeller har jeg inntrykk av at det begrenser en grad av nytenkning. Jeg setter imidlertid hands-on tilnærmingen som studentene ved Produktdesign på Kjeller har, høyt.

De tre produkten jeg har utviklet har fått billedlige navn :

Objekt 1. Speilserien - "Det glødene objektet" - har fått navnet *Aura* som referer til gløden til en glorie og menneskers fysiske utstråling.

Objekt 2. Klypelampen - "Funksjonene som vokser ut i fra den stramme formen" har fått navnet *Attach* som referer til å fysisk feste noe og til tilknytning.

Objekt 3. Klistrelappholderen - "Det skjulte fargespekteret" har fått navnet *Circus* som referer til den sirkulære formen og inndelingen av farger på klassiske sirkustelt.

Jeg har utviklet en modell ut fra min egen tolkning. I modellen har jeg plassert produktene innenfor felter, jeg mener berører nærvær og emosjoner som produktene relaterer seg til. Plasseringen innefor den bløte nærværstrekanten forteller hvordan produktet forholder seg til ulike emosjonelle verdier. Legg merke til at *Circus* ligger nærmere sentrum enn de to andre produktene.

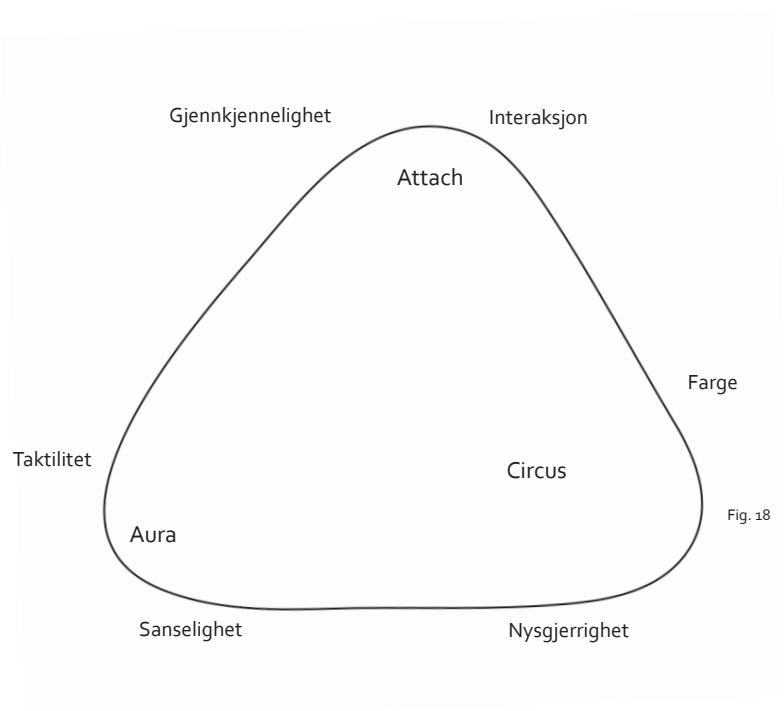


Fig 18. Emosjonell tilknytning av produktene, egen modell.

Praktiske betraktninger ved utvikling av prototyper

Det å lage prototyper uavhengig av produsent er en relativt uvanlig prosess innenfor produktdesign. Det å ikke ha klare rammer eller brief å skulle forholde seg til underveis, gjøre at jeg har sett meg nødt til å gjøre meg betraktninger på egenhånd:.

Av erfaringer fra tidligere fremstilling av prototyper, praksisplass og samtaler med veiledere og andre designere som har arbeidet med fremstilling av prototyper, lister jeg opp følgende praktiske betraktninger:

- Lage mindre produkter og prototyper
 - o Fordi prosjektet lar seg enklere gjennomarbeide i større grad med mindre resurser som tid, arbeidskraft og penger.
 - o Fordi de viktige detaljene kan arbeides med. Man kan lettere lage modeller, mock-ups og printe ut skisser der man kan gjøre justeringer.
 - o Fordi mindre prototyper lettere kan fraktes og sendes.
- Fremstille flere prototyper.
 - o For å fordele slitasjen på prototypene, spesielt siden de alle innbyr til interaksjon.
 - o For å kunne vise at produktene har flere funksjoner, og vise de i ulike dem ulike funksjonene uten å foreta en interaksjon.
 - o For at produktet kan stilles ut flere steder på samme tid; sendes til fotoshoot, utstilling og lignende.
 - o For å vise produktene i ulike overflater og farger, også med tanke på at "farge er verdi".
 - o Siden produktene er små vil flere prototyper bidra til at standen ikke føles så tom.
- "Produktene (prototypene) dine blir ikke bedre enn ditt beste bilde"(sitat Torbjørn Andressen).
 - o Flest mennesker vil komme i kontakt med arbeidene gjennom bildene. Billedtaking må derfor prioriteres høyt. Det er bildene som lever videre etter utstillingen.
- Prototyper er til for å selge idé, ikke det ferdig produktet.
 - o En prototype trenger ikke være i sitt tenkte materiale, men den må gi mange av de samme visuelle opplevelsene som det ferdige produktet.
 - o Prototypen er en skisse for en produsent og det vil bli gjort endringer.
 - Materiale, dimensjoner og funksjonsprinsipp kan bli endret.
 - I produksjon vil det bli tatt en rekke hensyn avhengig av blant annet produksjonsmetode. Styrkeberegninger og kostnadsoverslag blir også viktige faktorer.

Formidling og utstilling

Et mål med oppgaven har vært å stille ut og få respons på arbeidet. Aura speilserie ble valgt ut til å stilles ut ved skolens stand på Greenhouse ved Stockholm Furniture Fair. Her har de fleste av møbel- og produktdesignutdanningene i Norden egen stand, og unge uetablerte designere har mulighet til å stille ut sine arbeider. Alle tre produktene ble stilt ut ved Salone Satellite ved møbelmessa i Milano, her er det flest unge uetablerte designere som stiller ut, men også enkelte større designkollektiver og skoler. Et annet mål med oppgaven er å få mye publisitet på ulike medier.

Objekt 1. Aura

"Det glødende objektet"

Moodboard



Fig. 19



Fig. 20

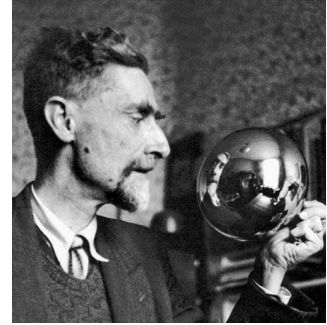


Fig. 21



Fig. 22



Fig. 23

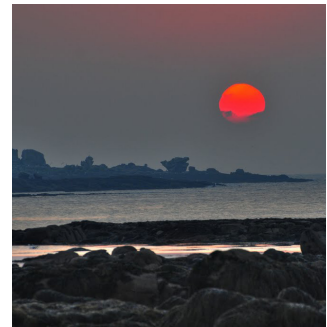


Fig. 24



Fig. 25

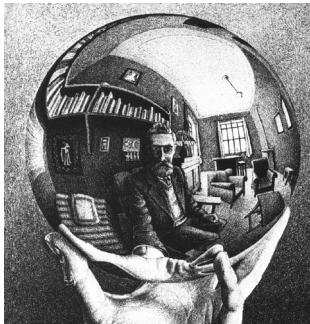


Fig. 26

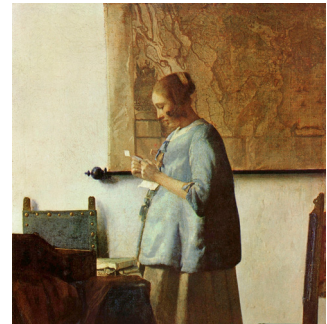


Fig. 27

Aura er et glødene objekt. Det handler om erkjennelse av eksistens, hvordan lys skaper form, og form skaper lys, taktilitet, interaksjon med hendenes format og mental og fysisk balanse.

Om Aura speilserie

Denne ideen oppsto uavhengig av prosess. Det var egentlig ikke behov for en skisse, fordi jeg så det så klart for meg i hodet: En tanke om en halvkule som var tiltet med kjernen mot betrakteren, liggende på en bordflate. Så enkelt og stilisert at det nesten følte banalt, men som på grunn av sin helreflekterende utførelse skulle bli interessant. Dette ville gi produktet glød.

“Det glødende objektet”

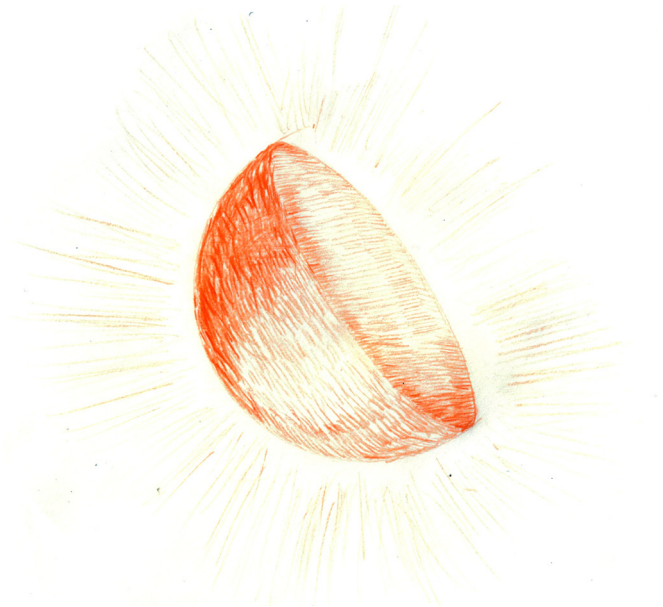


Fig. 18

Materialitet og emosjoner

Ut i fra grunnideene skulle speilene være objekter som skulle være reflekterende hele veien rundt. For å få innsikt i dimensjoner og opplevelse av et endelig produkt, laget jeg to fysiske mock-ups av speilene, der jeg tilpasset to ferdige boller i aluminium og felte inn to runde glasspeil. På det tidspunktet modellene var ferdig ble det klart at opplevelsen av speilene i en hul utførelse ikke ga den erkjennelsen og skulpturelle følelsen som jeg lette etter. For meg ble det etter hvert naturlig å gjøre speilene massive for å gi en følelse av at produktet er gjevt/verdifullt. Mennesker anser noe som er tungt som mer verdifullt. I kulturen vår ligger der forankret at gjenstander av edelt metall er mer kostbare når de har en tyngde (C. M. Tore Gulden, Arild Berg, 2010). Når materialet har en tyngre egenvekt blir det vekten presset mot hendene våre og vi vil bli mer oppmerksomme på det vi har i hånden. Et massivt materiale er også sømløst, uten splittlinjene som modellene jeg laget i begynnelsen av prosessen. Betrakterens fokus blir da på den opprinnelige formen og ingen forstyrrelser.

Sanselighet ved berøring av et massivt materiale har også en helt annen dimensjon; Lyden når man slår fingertuppene mot en hul bolle i aluminium gir en klang som er kort og "innestengt". Ikke veldig estetisk. Ved berøring av en massiv aluminiumsbolt blir lyden ved fingerberøring nesten ikke hørbar og øyeblikket er derfor stille. Når man setter den fra seg får man en bekræftende lyd fra underlaget. Et annet sanseaspekt ved det massive materialet er temperatur, siden aluminium leder temperaturen fra omgivelsene og påvirkninger utenfra. Noe som ble tydelig for meg da jeg polerte materialet på metallverkstedet. Friksjonen fra poleringspadden varmet opp materialet. Dette var i januar og medstudent kom innom verkstedet og tok på speilene for å varme hendene. Tilsvarende følte de kjølige da jeg tok speilene ut av varebilen som hadde stått ute etter Stockholm Furniture Fair. Speilene var kalde og med et tynt lag dugg på overflaten. De føles da veldig naturlig og ekte, med mange av de samme egenskapene som en stein som man tar opp og som har ligget ute.

Valg av retning

Om speilene hadde bestått av sirkulære glasspeil felt inn halvkuleformede boller hadde kostnaden ved produksjon og tilgjengelighet vært en helt annen, de ville minnet mer om mine tidligste mock-ups i opplevelsen. På det tidspunktet jeg valgt å ikke fremstille speil som enkelt kunne masseproduseres av platemateriale og heller lage et speil som var massivt, gjorde jeg et strategisk avgjørende valg. Dette valget kan ha gjort at jeg har utelukket et stort marked av potensielt kjøpere, men opplevelsen av produktet hadde blitt en helt annen. Dette kan gjøre at jeg har laget et produktet som kan kopiert, men av likevel gjøre at jeg er opphavet til den gjevere utgaven av produktet, med den lengste levetiden. I et miljø og bærekraftighets perspektiv gir det meg bedre samvittighet. Ved å referere til prosjektet tror jeg at jeg kan samarbeide med aktører med en filosofi i forhold til design og bærekraftighet som ligner min egen.

Form og format

Formatet ble valgt ut i fra en kombinasjon av materialegenskaper og kroppslige forhold. Nærheten man ville få til objektet ved å holde bordspeilet i to åpne hender følte unik. Man kommer tett på speilflaten som om det skulle være et håndspeil samtidig som man får den erkjennelsen og tilstedeværelsen som materialet gir.

Ideen oppsto som et bordspeil, og jeg innser at speilet ikke har den samme opplevelsen av sanselighet og interaksjon som veggspil. De kommer likevel naturlig i en serie. Den skulpturelle verdien vedvarer, det er kun noen enkle justeringer i utforming og speilene er tett beslektet formalt. Om produktet bare hadde vært et bordspeil, tror jeg at forespørselen om et veggspil ville komme forholdsvis raskt. Ved å fjerne mobiliteten fjerner man naturlig nok en del av interaksjonen. Likevel er det en interessant interaksjonen som oppstår når man feste noe i et så lite punkt på veggen. Den skulpturelle formen har da et dynamisk aspekt på samme måte som bordspeilet. Det kan oppstå et stille øyeblikk.

Jeg var i tvil om veggspil var en riktig retningen å gå, siden speilet går ut fra veggen og da kunne bli satt i; "speil og knagg"-sammenheng. For meg handler produktet mer om å være primært et speil, fordi jeg mener det i sin skulpturelle form og utførelse har nok som verdi i seg selv. Alle produktet ikke trenger å ha flerbruksaspektet som noen designere har som utgangspunkt i dag. På spørsmålet "Er det også er en knagg?", har jeg vært innstilt på å svare at "Det er en mulighet, men jeg anser det om et veggspil".

Materialer og funksjon

De første speilene mennesket tok i bruk var laget i metall. Oldtidsegypterne polerte opp sølv og andre metaller til speilflater. Det er en del utfordringer i å lage nettopp metallspeil. Masseproduserte speil lages stort sett ved av at man legger et tynt lag krom, nikkel eller titan på glassflate. Oppå dette legges det et lag med sølv eller aluminium, før det legges ytterligere et beskyttende lag med silisium eller lakk. Glassflatene er så glatte og plane at de gjengir omgivelsene tilnærmet korrekt. Ved å polere opp metaller vil man få en god gjengivelse, men ikke et speilbildet kan måles opp mot en helt plan glassflate. Andre utfordringer er at metaller er myke og mindre resistente. Enkelte rene metaller som aluminium og kobber oksiderer og trenger derfor et beskyttende lag. Det finnes andre designere som har laget speil i metaller de senere årene, men det er få som er satt i masseproduksjon. De mest effektive metallspeilene ser ut til å være av polert rustfritt stål – oftest platemateriale siden egenvekten er svært tung. Eller de er dekt med et lag av krom eller nikkel – siden det har en god dekkevne og ikke oksiderer (Vitenskap, 2001)

Produksjon av prototypene

Fremstillingen av prototypene til Aura prosjektet hadde et annet tidsperspektiv enn de øvrige prototypene. Siden prosjektet var blitt valgt ut til å stilles ut ved skolens stand på Greenhouse ved Stockholm Furniture Fair, var jeg nødt til å fremstille prototypene på under en måned.

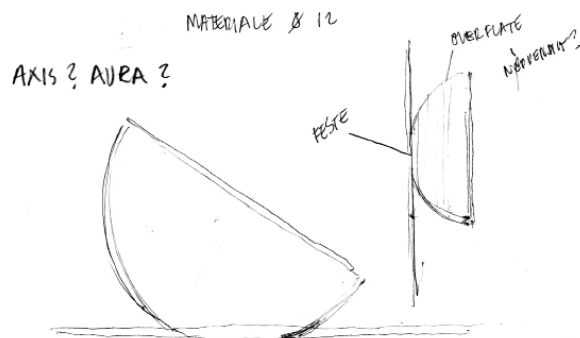


Fig. 28

Hensyn

Ut i fra dialog med ulike fagfolk med materialkunnskaper kom jeg frem til følgende hensyn og kriterier for fremstillingen av prototyper:

- **Materiale.** Aluminium ble valgt siden det har passende egenvekt i forhold til tenkt format: ca 1,4 kg og spottpris på 1 kg aluminium er: 10,22 NOK/kr (hentet fra:metallpriser.com, målt 20/05/2014)
- **Maskinering.** For best mulig speilflate burde formen ha minimalt med ujevnheter og være maskinert ut. CNC-dreid bearbeiding skjærer ut speilflaten i høy hastighet ved rotering, noe som ville gi en jevn overflate som trenger mindre etterarbeiding og polering. Erfaringer:
 - o For en speilflate med minst mulig ujevnheter burde den plane flaten dreies ut først.
 - o Utforing i avkutting ved slutføring av kurven til bordspeilet.
- **Etterarbeid.** For å spare kostnader valgte jeg å gjøre det etterarbeidet som var mulig å gjøre på skolen, selv.
 - o Manuell metallfres: frese vekk flatene som skulle gjøre halvkulen stabil mot underlaget, frese ut hull til feste av gjengestang til elektrolytisk tilkobling (bord- og veggspil) og feste i veggen (veggspil).
 - o Gjengeverktøy: Gjenge frest hull til elektrolytisk tilkobling (bord- og veggspil) og feste i veggen (veggspil).
 - o Poleringsmaskin: Polere opp speilflate for hånd. Speilflaten vil etter overflatebehandling bli tilsvarende blank som den polerte overflaten.
- **Oppbevaring.** Selv om speilene er massive er aluminium som materiale forholdsvis bløtt, prototypene er derfor lagt i polstrede fotokofferter.
- **Feste av veggspil.** Siden veggspilene skulle flyttes flere steder på vegger i platemateriale har de en standard gjengestand og er festet med gipsanker som ekspanderer.

CNC-dreid fremstilling av form

For å CNC-dreie objektene kontaktet jeg først avdeling ingeniørutdanning ved Høgskolen i Oslo og Akershus i Pilestredet. Deres CNC-dreimaskin var på dette tidspunktet i stand og jeg ble derfor nødt til å henvende meg til industrien. Ved prototypeverkstedet til Forsvarets Forskningsinstitutt (FFI) på Kjeller har de en svært kompleks og godt utstyrt maskinpark. Samt mye kunnskaper som var nyttige ved fremstillingen av prototypene. De besitter en CNC-dreimaskin og Bjørn-Inge Hallangen var svært behjelpelig. Han så utfordringene det var og bidro ved fremstillingen på en løsningsorientert måte. Etter et møte hvor jeg formidlet kriteriene som måtte legges til grunn ved fremstilling sendte jeg to plantegninger av speilene på mail. Uken etter kunne jeg hente formene ved deres verksteder.

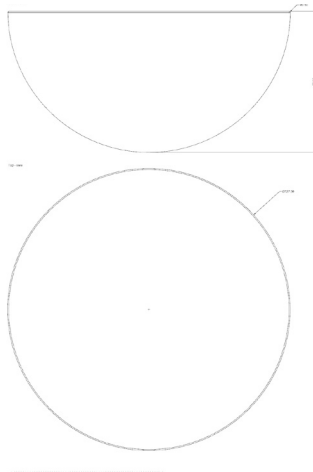


Fig. 29

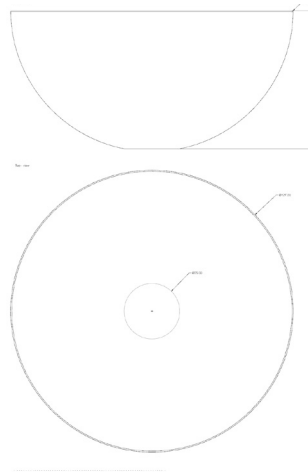


Fig. 30

Fig. 29 og 30 viser Aura plantegninger sendt til FFI for CNC-dreining. Dreid ut av $\text{\O}130$ mm aluminium bolt.



Fig. 31

Fig. 31 viser 4 dreide former mottatt fra FFI.



Fig. 32

Fig. 32 viser form som skal bli Aura veggspil.

Tilpasning av form med freseverktøy



Fig. 33

Fig. 33 viser form til Aura bordspeil spent fast i freseverktøy ved metallverkstedet. Stilt inn i 28 graders vinkel for å frese vekk nok gods til at speilet kunne stå støtt.



Fig. 34

Fig. 34 viser Simon Sebjørsen som hjelper til med å frese vekk deler av formen. Dette ble gjort i flere omganger ut i fra oppmålt ellipse på 4,5 mm som speilet skulle stå plassert på

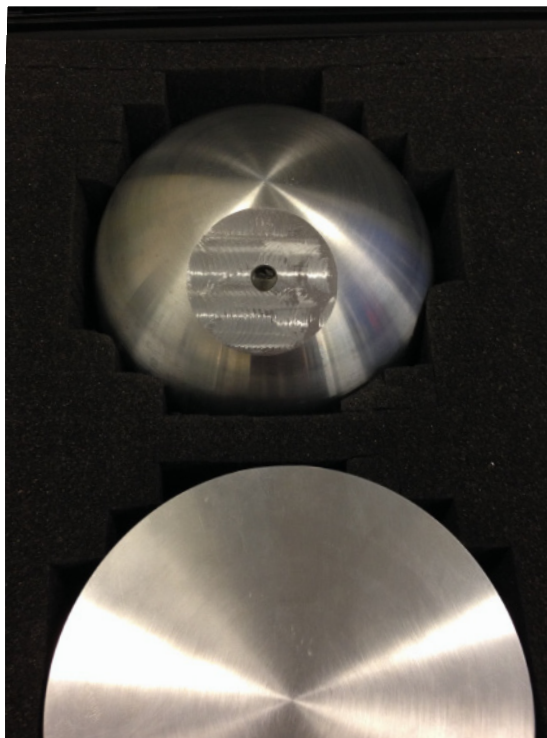


Fig. 35

Fig.35 viser formen til bordspeil hvor godset har blitt frest vekk. Hullet er til å skru en bolt som speilet kan kobles til for elektrolytisk overflatebehandling.



Fig. 36

Fig. 36 viser formen stående og klar til pussing og polering. Veggspielet freste jeg ut hullet vertikal ovenfra til gjengestang til veggfeste og kobling til elektrolyse.

Polering av form



Fig. 37

Fig. 37 viser aluminiumsformene som skal poleres. Overflaten er preget av veldig fine dreiemerker i overflaten. Utfordringen ved pussing lå i å holde speilflatene mest mulig plane, men samtidig få de blanke.



Fig. 38

Fig. 38 viser at jeg startet å pusse formene med veldig fint pussepapir med 700-1000 korn og vann med fettløsende Zalo. Pussingen gjorde jeg i sirkulære bevegelser, noe som tok svært lang tid.

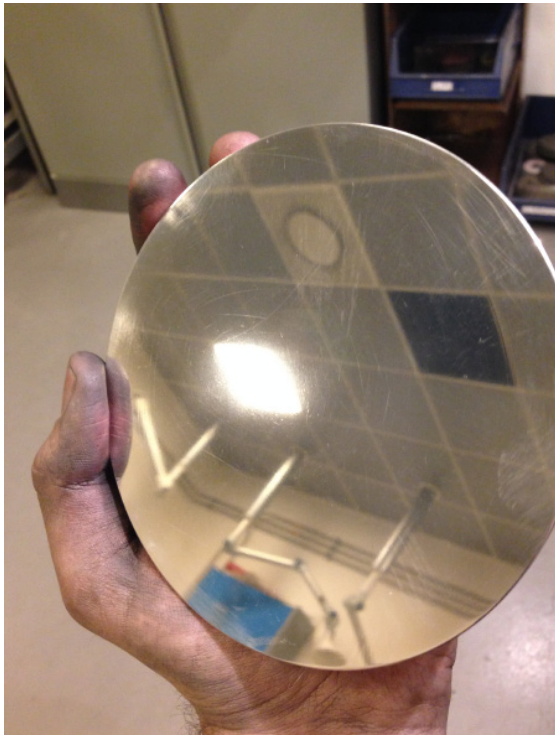


Fig. 39

Fig. 39 viser resultat av polering forholdsvis kort tid etter at jeg gikk over til pussing på poleringsrondellen ved metallverkstedet.



Fig. 40

Fig. 40 viser tre ferdig polerte speil. Poleringsprosessen gjorde jeg ved å gå frem og tilbake mellom tre ulike poleringspads og med tilføring av polish på de mykeste padsene.



Fig. 41

Fig. 41 viser overgangen fra ubearbeidet form fra CNC-verktøy til nesten ferdig polert form. Selv om den ubearbeide formen har sirkulære ringer i overflaten var disse forholdsvis enkle å polere bort. Utfordringen var de aller minste ripene i overflaten som skal tas med myk pad. CNC-verktøyet gir en veldig plan flate som gjør seg godt som speil.

Overflatebehandling

Jeg opprettet en dialog med Terje Martinssen ved Centrum fornikling parallelt med bestilling av materiale og organisering av CNC-dreing. Fra dialog med FFI fant jeg ut at mitt budsjett kunne dekke kostnaden til fremstillingen av fire speil. Jeg valgte å overflatebehandle disse i ulike metaller for å understreke at speilene var massive, gi de ulik glød og skape interesse. De to bordspeilene valgte jeg å overflatebehandle i kobber og nikkel, og de to veggspilene i krom og kobber.

Aluminium inneholder magnesium og det er derfor utfordringer ved overflatebehandling. Den mest ideell speilflate hadde vært polert messing. Dette er derimot kostbart og har en høy egenvekt. Rustfritt stål er også et materiale som lar seg lett overflatebehandle. Dette er også kostbart og har en høy egenvekt i tillegg til at det er mer kostbart å forme. De elektrolytisk overflatebehandling hos Centrum Fornikling som kunne poleres opp til en speilflate, var forkobring, forkromming, fornikling, forgylling og forsølving. Valget falt på de tre første metallene pga. av pris og tilgjengelighet hos produsenter.

Ved elektrolyse brukes elektrisk strøm til å lage kjemisk energi. Elektrolyse kan brukes til å legge et belegg av et annet metall rundt et objekt (Pedersen, 2014).



Fig. 42

Fig. 42 viser speil klare til klar til elektrolytisk overflatebehandling ved Centrum Fornikling.



Fig. 43

Fig. 43 viser speilene etter overflatebehandling. Fra øverst venstre; nikkel og kobber bordspeil. Bunn venstre; krom og kobber veggspel.

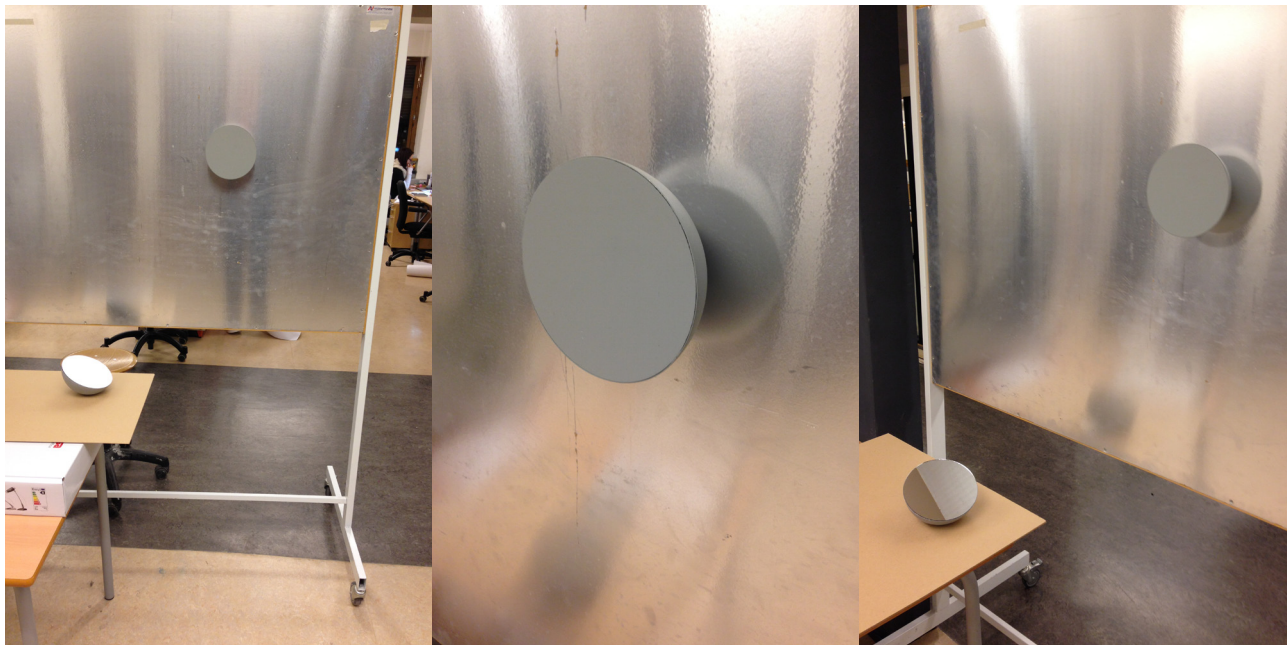


Fig. 44 viser mock-ups laget av speil i $\varnothing 150$ mm. Testen ga et inntrykk av hvordan det ville fremstå i ulike høyder, og hvordan vinkelen på speilene ville oppfattes av besøkende ved standen.

Fig. 44

Greenhouse Stockholm

Aura speilserie ble stilt ut ved Greenhouse ved Stockholm Furniture Fair, 3 – 7. februar. Dette ga en mulighet for å gjøre produktundersøkelser. Ved samtaler med besøkende og observasjoner av adferd ift. produktene kunne jeg få nyttige opplysninger. Til utstillingsgruppa sendte jeg en brief på hvordan jeg så for meg at produktene skulle stilles ut. Speilene satt sammen som en gruppe, litt høyt oppe, uten forstyrrelser. Dette for at de skulle komme tett opptil brukeren og skape en intim sone. Rammene som utformingene av modulene til standen ga, gjorde derimot at bordspeilene og veggspilene ble vendt i hver sin retning og ikke kunne komme tett innpå hverandre. Modulene var også lave siden speilene var det minste produktet på standen.

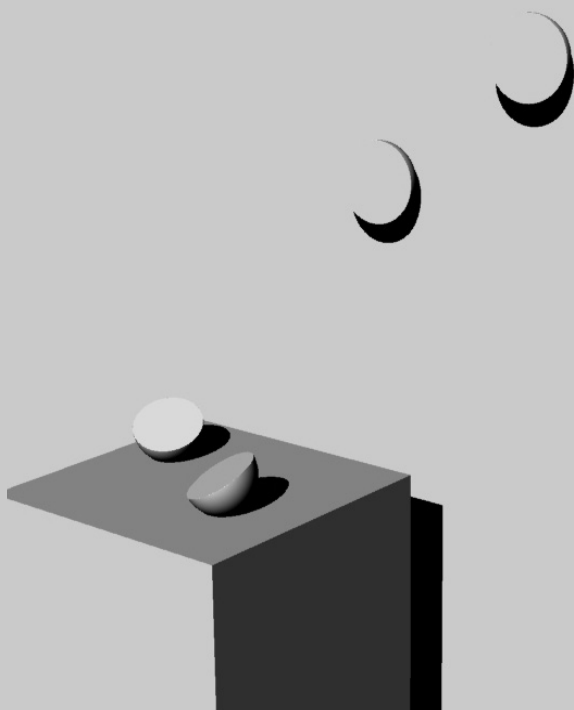


Fig. 45 viser ønsket modul ved Greenhouse. Høyde 100 cm på bordflate og veggspil plassert i 160 cm og 180 cm høyde. Prototypene er plassert tett på hverandre for at de skal oppfattes som en serie.

Fig. 45



Fig. 46 viser bordspeilene ved Greenhouse, Stockholm Furniture Fair.

Fig. 46



Fig. 47 viser veggspilene ved Greenhouse, Stockholm Furniture Fair.

Fig. 47

Om Greenhouse, Stockholm Furniture Fair

Greenhouse er den delen av møbelmessa i Stockholm hvor unge og uetablerte designere har mulighet til stille ut. Utstillingen har en egen hall og det er flest store skolestander i denne hallen. I tillegg stiller selvstendige møbel- og produkt-designere som velger å ha egen stand ut ved denne messa. I år stilte 36 designskoler og 36 individuelle designere ut ved Greenhouse Stockholm (stockholmfurniturelightfair, 2014).

Observasjoner fra interaksjonen med Aura

Basert på de besøkende som kom innom skolestanden gjorde jeg noen observasjoner og betraktninger fra interaksjoner med Aura .

- Interaksjon med hånden
Mange av de besøkende valgte å løfte på bordspeilet for å kjenne på vekten og overflaten, ofte med et "bekreftende gyng" i den løftende bevegelsen.
Enkelte dyttet på toppen av bordspeilet så de ble liggende og balanserte på den kurvede delen, for å utforske hvordan speilene sto støtt. Muligens kan dette skyldes at de forventet noe mer, så de med denne interaksjonen forventet at speilet kunne vinkles i en annen retning. Flere valgte også å løfte de opp for å se denne detaljen under objektet. Denne geometrien virket ikke å være så opplagt for noen.
- Interaksjon ved å se
Enkelte valgte å observere på avstand, med en form for distansert observasjon for å ikke ødelegge eller sette avtrykk på overflaten, noe jeg tror kan komme av at produktet ser verdifullt ut. Veggspeilene virket de besøkende mer forsiktige med å røre. Disse bidro også til en undring og nysgjerrighet ift. hvordan de var festet på veggen.

Respons og samtaler med besøkende:

Mye av den umiddelbare responsen jeg fikk av de besøkende gikk på materialet; "Hva er de laget av?" og "Oi, de var tunge". Ut i fra responsen fikk jeg en indikasjon på at de fleste virket å foretrekke disse egenskapene, mens andre så på de som mindre praktiske. Fra enkelte vinkler så speilene ut som "bare" materialer, siden de ikke speilet noe. Da lurte flere på om de var brevstøtter eller knagger.

Indikasjoner etter erfaringer fra Greenhouse

De besøkende virket generelt nysgjerrige og undrende i deres interaksjon med Aura speilene. Interaksjonen var preget av en lyst etter å ta på produktet. Dette merket jeg spesielt godt siden jeg ble nødt til å pusse de ofte. Blanke, glødene flater ser ut til å tiltrekke seg mennesker. En flate med blank taktilitet er noe som flere ønsker ta på og de vil ved å løfte det opp få bekreftet av produktet er så tungt som det gir inntrykk av.



Fig. 48

Fig. 48 viser veggspilene. Fra enkelte vinkler så speilene bare ut som metaller uten er funksjon. Dette kan ha vært grunnen til at flere trodde de var knagger.



Fig.49

Fig. 49 viser meg og besøkende ved standen. "Ildkulen" nede til venstre på veggen viser refleksjonen fra kobberet.



Fig. 50

Fig. 50 viser besøkende som plukker produktkort og betrakter bordspeilene på avstand. Ellers var interaksjonen i forhold til å ta på produktet var påfallende.



Fig. 51

Fig. 51 viser Andreas Ferdinand som spiller seg.

Produksjon og videreutvikling

Før en eventuell masseproduksjon er man nødt til gjøre grundige undersøkelser i forhold til produksjonsmetode. I all hovedsak er pris avgjørende for dette og en produsent er nødt til å gjøre betraktninger i forhold til kvalitet.

Fremstilling ved produksjon

CNC-dreining fra bolt er den prosessen jeg ser for meg ved en eventuell produksjon, en annen mulighet er støping i aluminium. Jeg har vært i dialog med fagfolk med produksjonskunnskaper og kommet frem til følgende betraktninger:

Betraktninger ved CNC-dreining som produksjonsmetode

Dreing med CNC verktøy som jeg fikk gjort ved FFI, gir en jevn og presis overflate som krever lite etterarbeid. Man får høy kvalitet på utførelsen og svinnet kan brukes om igjen.

Produksjonstiden ved CNC-dreining er derimot lang og krever litt etterarbeide ved å frese vekk gods fra speilene. Det ligger også litt utfordringer i det å avslutte kurven til bordspeilene. Det blir også en del svinn selv om dette kan gjenvinnes.

Betraktninger ved støpning i aluminium som produksjonsmetode:

Støpning i aluminium er en forholdsvis rask produksjonsmetode og som gir lite svinn. Etterarbeidet er også forholdsvis beskjedent, da det kan freses vekk gods manuelt. En mulighet er å støpe bord- og veggspeil i samme støpform, for så å etterarbeide med å frese vekk forskjellene på speilene.

Kvaliteten på støpeformene er derimot veldig avgjørende for et godt resultat, og man er avhengig av støpeformer som gir en mest mulig plan og jevn speilflate. Et støpeverktøy er et dyrt verktøy ved første investering. Det kan også bli mye etterarbeid i form av polering av en mindre slett overflate.

Overflatebehandling ved produksjon

Ved elektrolytisk overflatebehandling er nikkel og krom de materialene som vil gi mest resistent og god speilflate. Rent kobber oksyderer, derfor krever dette materiale en støvfri overflatebehandling med en klar lakk eller voks. Den italienske møbelprodusenten Disipline har en krakk som heter Last Stool, denne krakken fåes i ubehandlet eller overflatebehandlet med Zapon lakk. Denne lakken legger en tynn lakkfilm på yten, uten at flatens utseende påvirkes særlig.



Fig. 52



Fig. 53

Fig. 52 viser krakken Last Stool av Max lamb for Disipline i ubehandlet kobberutførelse. Fig. 53 viser Last Stool med kobberutførelse og Zapon lakk.

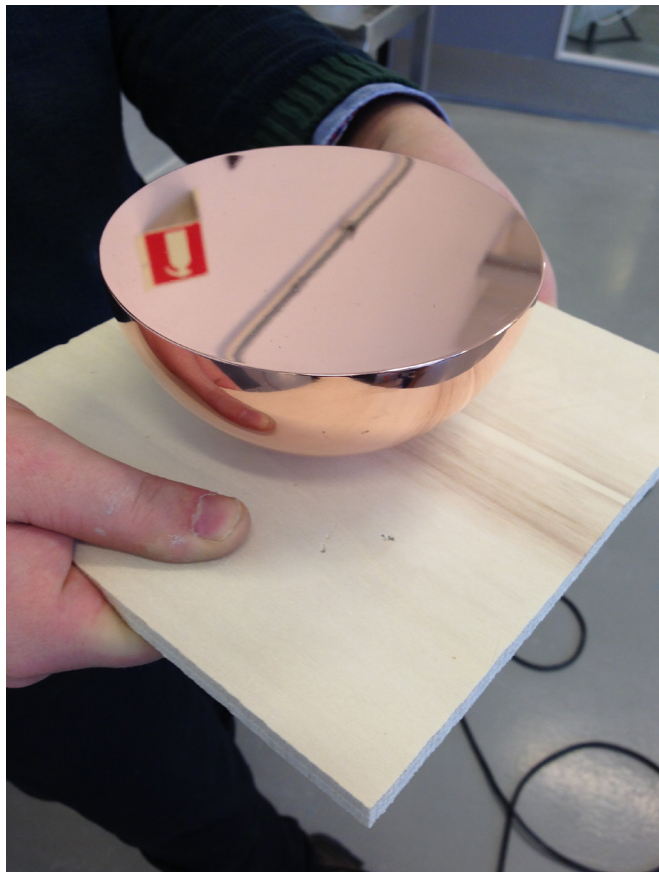


Fig. 53



Fig. 54

Fig. 54 viser test av kobber veggspil samme dag som mottatt fra eletrolytisk overflatebehandling Fig. 55 viser oksydert speil etter å ha ligget i fuktig bil over lengre tid (hjem fra Stockholm).

Objekt 2. Attach

"Funksjonene som vokser ut i fra den stramme formen"

Moodboard



Fig. 56

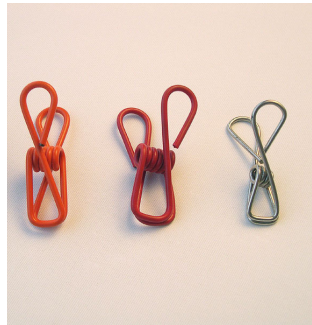


Fig. 57



Fig. 58



Fig. 59



Fig. 60



Fig. 61



Fig. 62



Fig. 63



Fig. 64

Attach har gått veien fra verktøy til lampe. Ut fra den stramme formen vokser det gjenkjennelige former og funksjoner. Målet har vært å få til en tydelig gjennomfarget silhuett, taktile matte flater og en interaksjon med hånden som minner om arbeid.

Om Attach klypelampe

Attach skal fortelle en formhistorie om en lampe som hadde en stram, distinkt kropp og hvor funksjonen i en metamorfisk prosess vokser ut av kroppen og gir den mobilitet og relevans. De flytende linjene som går ut i fra de geometriske formene er med på å understreke dette. Ut i fra sirkelen og den konede skjermen flyter linjene, som går over til klype- og spakfunksjonen.

"Funksjonene som vokser ut av den stramme formen"

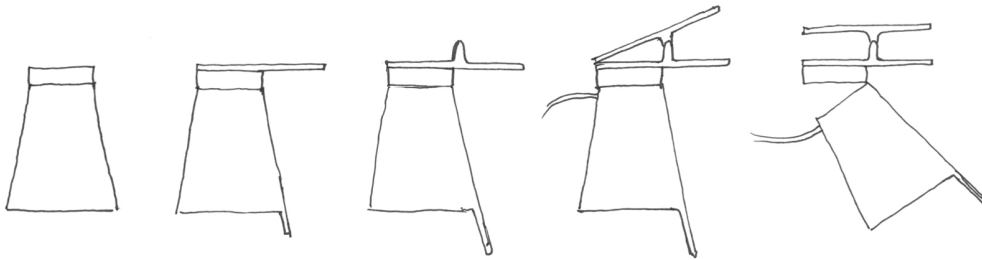


Fig. 65

Visjonen med produkt

Visjon med produktet var å skape en gjenkjennelse fra verktøy og eksponere funksjonene til lampen. Ved å ta i bruk en tydelig silhuett og gjennomfarge hele produktet, ønsket jeg å understreke nettopp dette. Lampen skulle også oppfylle noen praktiske aspekter, som å kunne vinkles i flest mulig retninger uten at dette skulle ta over det estetiske.

Med en mobil lysspot, kan man trekke paralleller til arbeidslampene som håndverkere bruker. De kan flyttes på og håndteres avhengig av bruk og kontekst.

Målet med lampen var at den skulle kunne nå ut til et stort publikum. Med bakgrunn i dette har jeg listet opp følgende praktiske kriterier gitt til lampen:

- Skal ha E 27 sokkel, siden lampeindustrien stort sett baserer seg på denne lyskilden. E27 er lett tilgjengelig og med LED eller sparepære ville den ha et miljøperspektiv.
- Skal ha lufting til pære og plass til hendende nå pæren skal skrues inn.
- Skal kunne støpes.
- Bruker skal kunne justere lyskildens retning og forstå dette på en intuitiv måte.
- Bør kunne klypes på ulike flater.

Industriell referanse, farge og tydelig silhuetter

Den norske kunstneren Gardar Eide Einarsson tar i sin kunst blant annet i bruk symboler og industrielt masseproduserte produkter. Budskapene hans understrekes med fargebruken og måten de er fremstilt på, som tydelige silhuetter plassert i en gallerikontekst. Einarssons bruk av blant annet gjennomfargde trafikkegler i utstillingen "Power Has a Fragance" er del av hans uttrykk over et samspill mellom autoriteter og rebeller i samfunnet (Friericianum, 2011). Kjeglene har sterk betydning i en samfunnssammenheng, men har også en posisjon som et masseprodusert objekt. Med fargebruk får jeg en følelse av at symbolikken blir sterkere. Attach er ikke et forsøk på å lage kunst eller ytre noe budskap. Fargesettingen er imidlertid med på å understreke den industrielle gjenkjenneligheten.



Fig. 66

Gjenkjennelighet og emosjoner

Prosjektet startet med innhenting av klypefunksjoner med en tanke om å lage en klypelampe. Klypefunksjonene ble vurdert ut i fra graden av emosjoner knyttet til "gleden ved å klype". Tanken var å gjenskape disse emosjonene i en lampe.

En klype jeg knyttet sterke emosjoner til, er melkekannene i metall som ofte brukes til å ha melk i teen eller kaffen. Riktignok er ikke dette en klype, men en vippefunksjon for å løfte på lokket. Det lå likevel noe estetisk i håndteringen av vippefunksjonen, siden det skjer med en hånd. Man holder objektet og kan likevel gjennomføre en funksjon bare med et grep og en tommelbevegelse. Ved å plassere en fjær eller noe som ga nødvendige friksjon for å gripe, var tanken å gi lampen en klypemekanisme som ville gi en glede ved å klype.

"Gjenskape gleden ved å klype"



Fig. 67

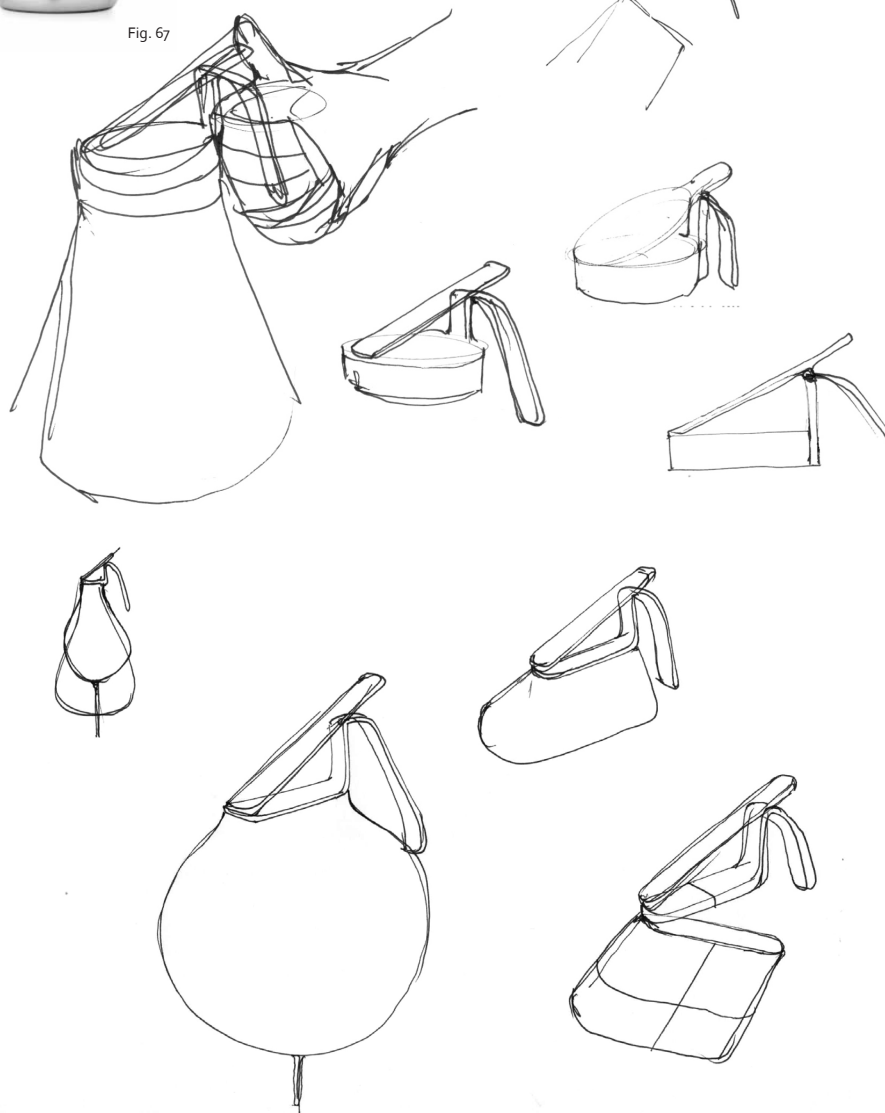


Fig. 68

En klemme og spak som vokser ut av lampen

Andre klyper jeg har knyttet emosjoner til er ulike klemmer på verkstedet. Det industrielle fra klemmene fristet meg til å ta disse og omdanne til en hjemlig kontekst. Utgangspunktet var en lampe med en stram form, der en konet sylinder med lyskilden kunne tiltes i ulike retninger. Ut fra dette kom tankene om integrere klemmen og en spakk. Ut fra sylindren voksete etterhvert funksjonen til klypen, mens fra skjermen skulle en spakk som korresponderte med klemmens formspråk, vokse ut.

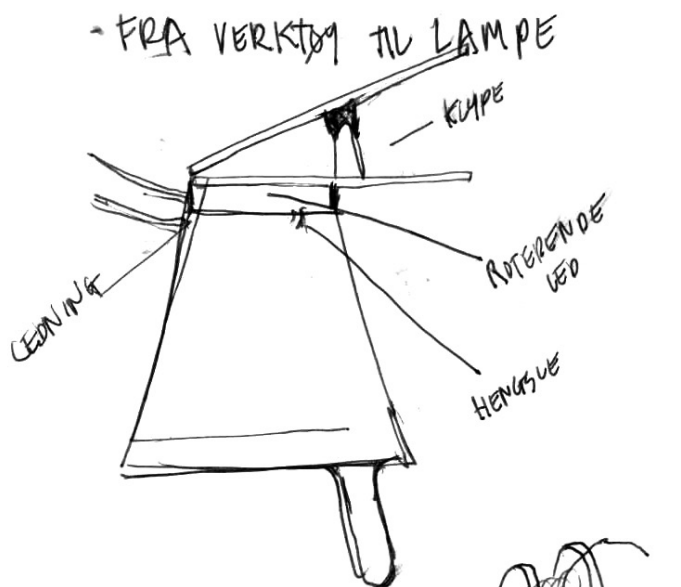


Fig. 69



Fig. 70

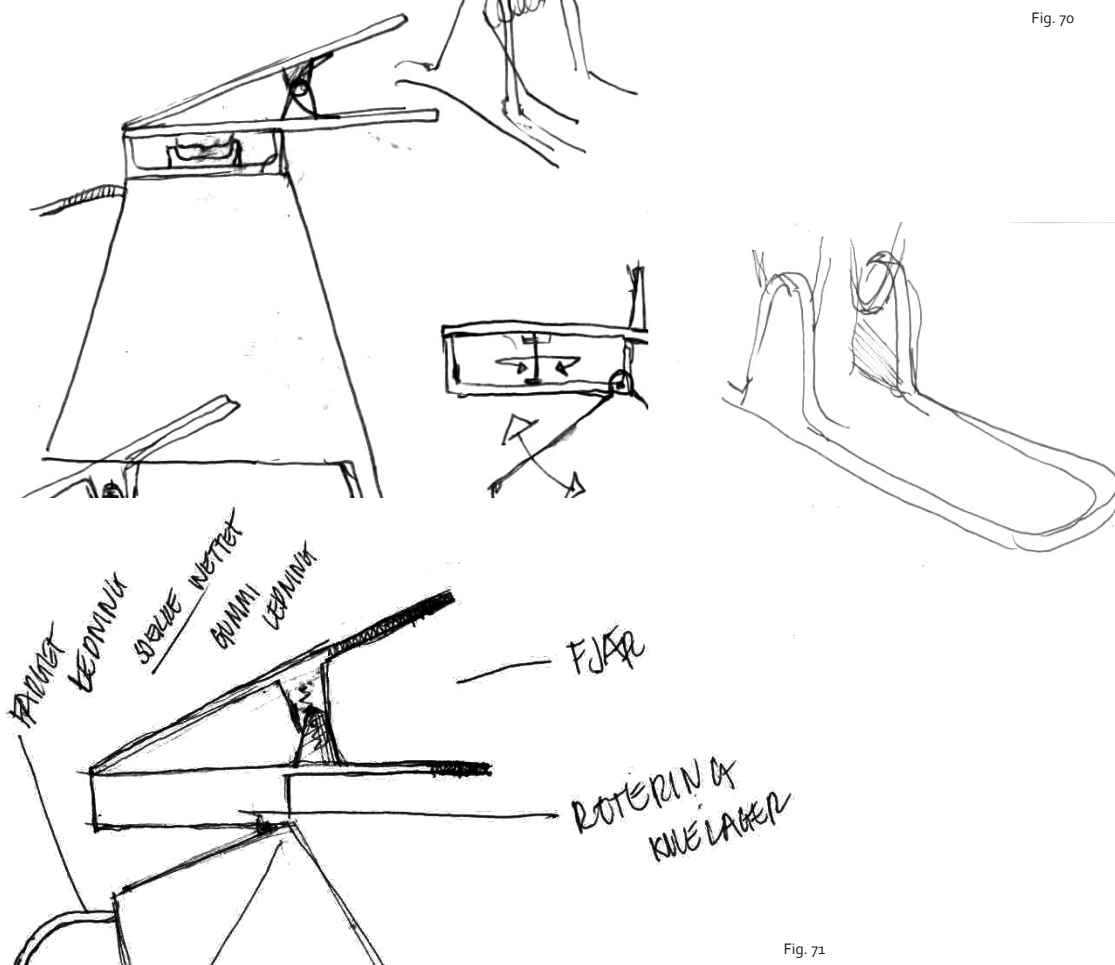


Fig. 71

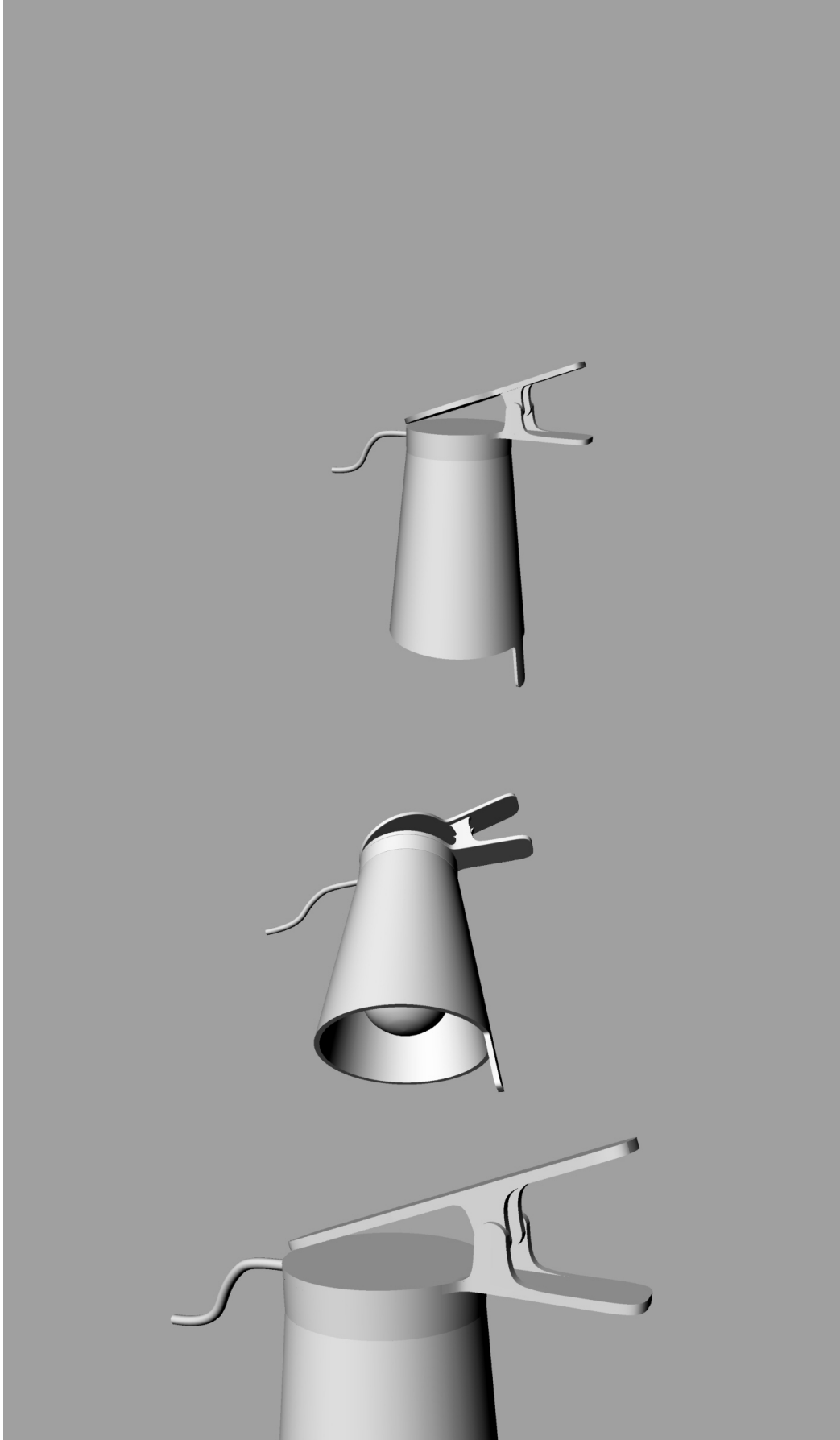


Fig. 72

Fig. 72 viser en av de første 3d modellene fra prosessen. De to øverste lampene har klyper med en sirkulær form som tas igjen fra sylinderen. Dette kan minne om lokket til melkekanner . Den nederste har en rett klype som gjør den mer raffinert i formen og dermed gir en tydeligere silhuett.

Modellering av lampe i papp

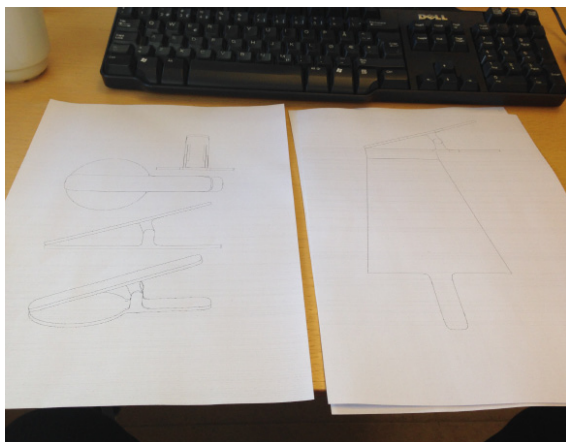


Fig. 73

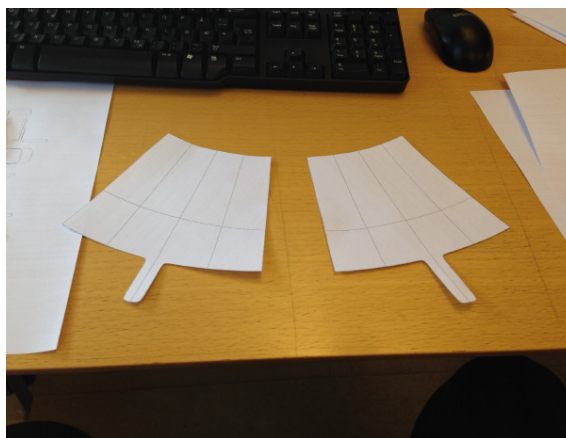


Fig. 74

Fig. 73 viser utdrag fra prosessen med å modellere lampen. Ved å printe ut 1:1 3d tegninger kunne jeg gjøre justeringer og få raske svar på dimensjoner. Formene justerte jeg ved først å tegne på plantegninger.

Fig. 74 viser skjermer i ulike størrelser. Fra Rhino kan de raskt rulleres ut, printes på papir og klippes ut for å gjøre nyttige erfaringer. Disse prosessene er gjort tre til fire ganger.



Fig. 75

Fig. 75 viser en papirmodell i 1:1 størrelse av lampen. Denne ga nyttige erfaringer om størrelse i forhold til kroppslig forhold og lyskilde/sokkel.

Modellene ble gjort i farget papir og farget ledning, for å få inntrykk av hvordan lampens silhuett ville oppfattes. Pappmodellen er også semi-funksjonell ved at den kan roteres på tilsvarende plass som på papirskissen. Dette er alle aspekter som var med på å gi et inntrykk av ferdig produkt.

Fig. 76 viser forsøk med ulike dimensjoner på skjerm.



Fig. 76

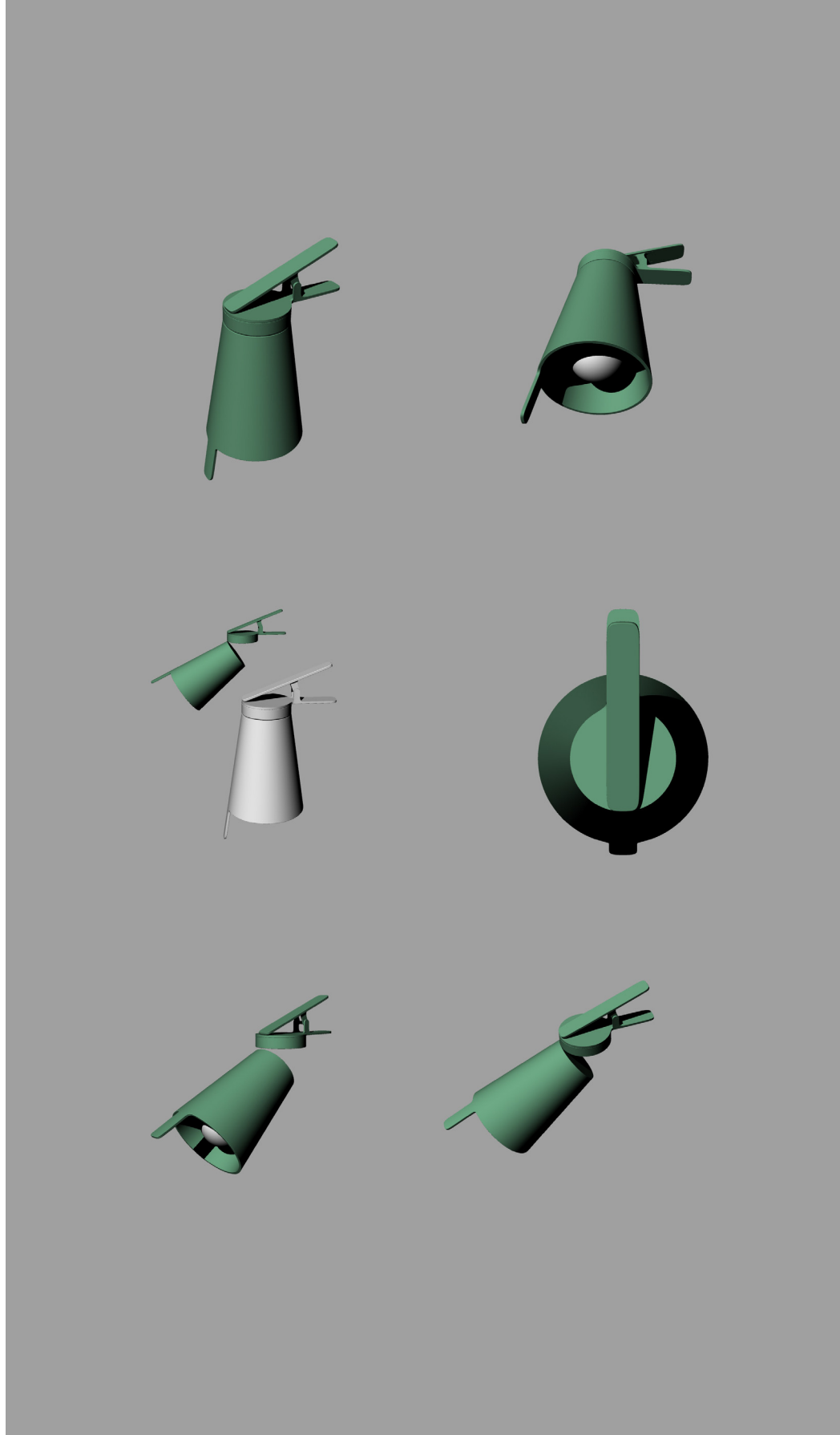


Fig. 77

Fig. 77 viser lampen modellert på nytt ut i fra pappmodellens dimensjoner. Det ble gjort justering ved å strekke klypenes håndtak litt lengre for å passe i store hender. Klypefunksjonen og skjermen ble strukket og slanket litt. Alle kanter eller "filletts" er gitt minimale radier for å beholde det jeg likte med pappmodellen; det stramme formspråket og den tydelige overgangen mellom den konisk sylindervermen og sylinderen.

Produkt og prototype utvikling

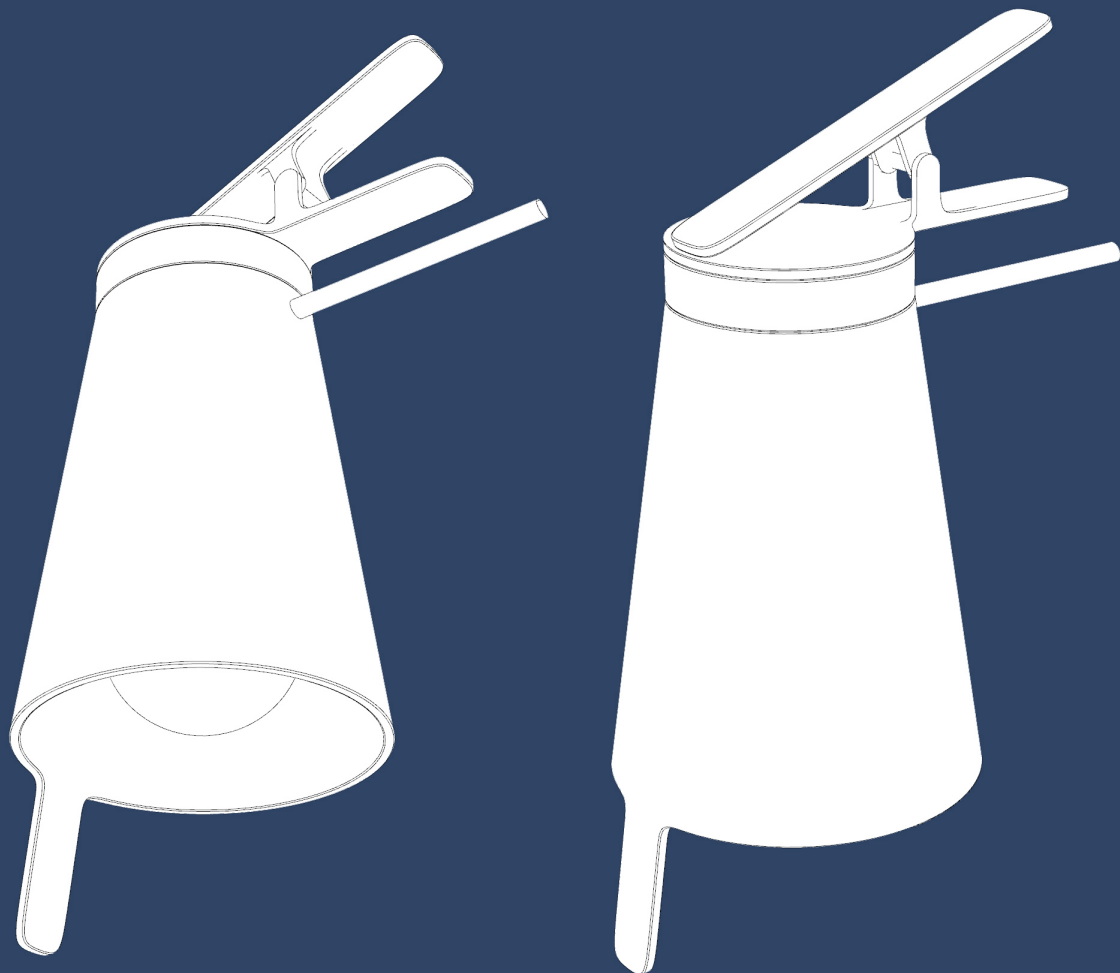


Fig. 78 viser den tydelige bruken av silhuetter

Hengsele mellom formene

Etter å modellert formen og gjort betraktninger ift. formspråk, tok jeg stilling til hengsle. Den skulle være anonym og delikat for å ikke ta oppmerksomhet.

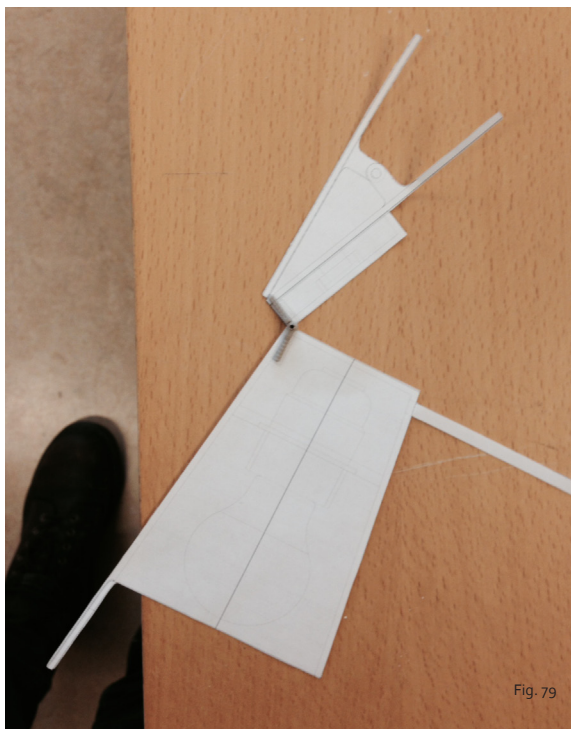


Fig. 79 viser pinnehengsle lagt på en 1:1 skalamodell i papir. Pinnehengsel er et hengsle med veldig små dreiepunkter som må plasseres "kant-i-kant" på de to delene som skal tiltes.



Fig. 80 viser mock-up av konsisk sylinder satt i sammen med sylindrisk kopp. Hengslepunktet blir veldig tydelig selv om hengslen er veldig liten. Det er ikke spesielt flatterende. Det var en utfordring med forhold mellom positiv og negativ form.

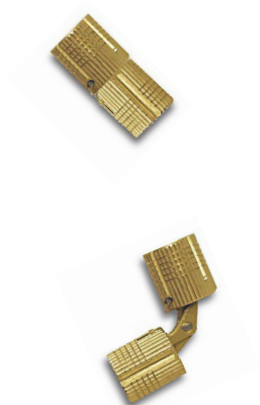


Fig. 81 viser barrelhinge eller tønnehengsle. Her er funksjonen et vippepunkt fremfor et dreiepunkt, siden bevegelsen ikke skjer "kant-i-kant" mellom formene.

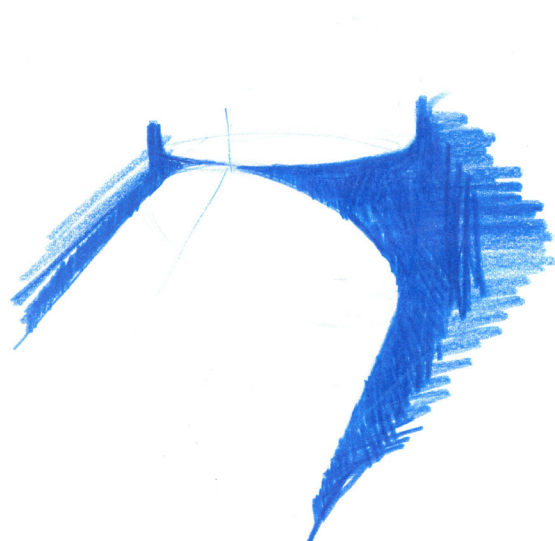


Fig. 82 viser skisse på hvordan en tønnehengsle visuelt gir et penere forhold mellom positiv og negativ form. Skjermen flyter nå mer visuelt under koppen.

Lampen printet i ABS

Ved Dform som er Khios senter for digital fabrikasjon fikk jeg printet jeg de tre lampene som jeg skulle stille ut i ABS med 3d printer. Dette ga en mer presis gjengivelse av formspråket enn om jeg hadde laget lampen for hånd, det føltes heller ikke naturlig siden lampen er støpt.



Fig. 83

Fig. 83 viser ferdig 3d print av modellen. Den første printen hadde jeg tilpasset i forhold til pinnehengsel. Siden ABS er mykt lot det seg gjøre å borre i det slik at jeg kunne felle inn tønnehengsle i stedet.



Fig. 84

Fig. 84 viser lampen slik den vil oppfattes når den er strekt ut. Tappen til lampen er limt på med epoxy i ettertid siden lampen er 17 cm og 3d-printeren ved Dform bare printer 15 cm i høyden.

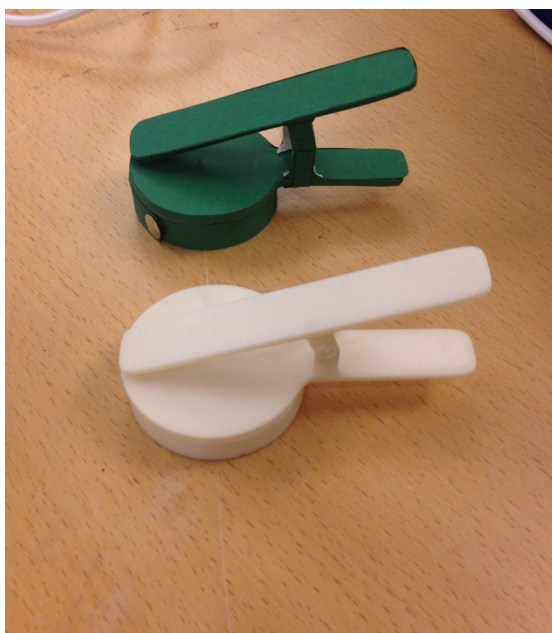


Fig. 85

Fig. 85 viser klypen til lampen. Fra papirmodellen til 3d-print. Den er skalert opp ca. 10 % for å være enklere å håndtere.



Fig. 86

Fig. 86 viser lampen etter sparkling med finkornet sprakel og sprutsparkel.



Fig. 87

Fig. 87 viser klypen i hånden. Jeg har forholdsvis store hender. Derfor var det viktig at jeg laget klypen litt liten i forhold til mine hender. Siden det er enklere å håndtere en liten klype kontra en stor.

Betraktninger av prototypene

Klypelampen Attach er det produktet som kanskje krevde mest justeringer før produksjon. Det er mange fysiske forutsetninger som skal oppfylles for å lage et så funksjonelt produkt som min visjon er. Flere av delene som gir funksjonen til lampen, har jeg valgt for å selge ideen og vise konseptet. Det er viktig at det estetisk preger formen, ikke det jeg har tilgjengelig. Derfor er små kulelager og tønnehengsel valgt til prototypen på grunn av deres estiske egenskaper, ikke deres funksjon.

Betraktninger om justeringer fra prototypen til produksjon

Kulelageret og hengslen skal ha mere friksjon, eventuell trinn ved justeringen av retningen. For at skjermen også skal kunne vendes oppover.

Etter å ha mottatt 3d-print oppdaget jeg at klypen trenger en tupp med ulike vinkler i grepspunktet, slik øvrige klemmer har. Klypen på prototypen kan bare klype over flater som har tilsvarende tykkelse som de to armene til klypen. Dette gjør at på tynne hyller vil den nedre delen av klypen ikke bli presset opp mot undersiden. Dette kan justeres ved noen formale tiltak på den ytterste delen av klypetuppen. Lampen er også avhengig av en forholdsvis sterk klype. Eksempel illustrert i Fig. 88.

Om lampe skal kunne festes vertikalt er den nødt til å ha en flate som gir friksjon mot underlaget eller en veldig sterk klype. Dette er vanskelig å forutse siden lampens vekt avhenger av materialevalg og produksjonsmetode og justeringer må gjøres avhengig av det.

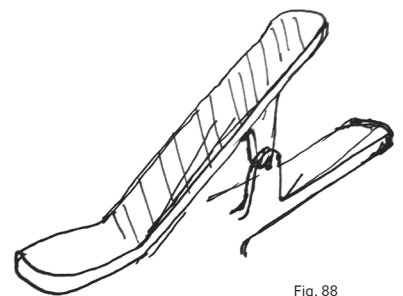


Fig. 88

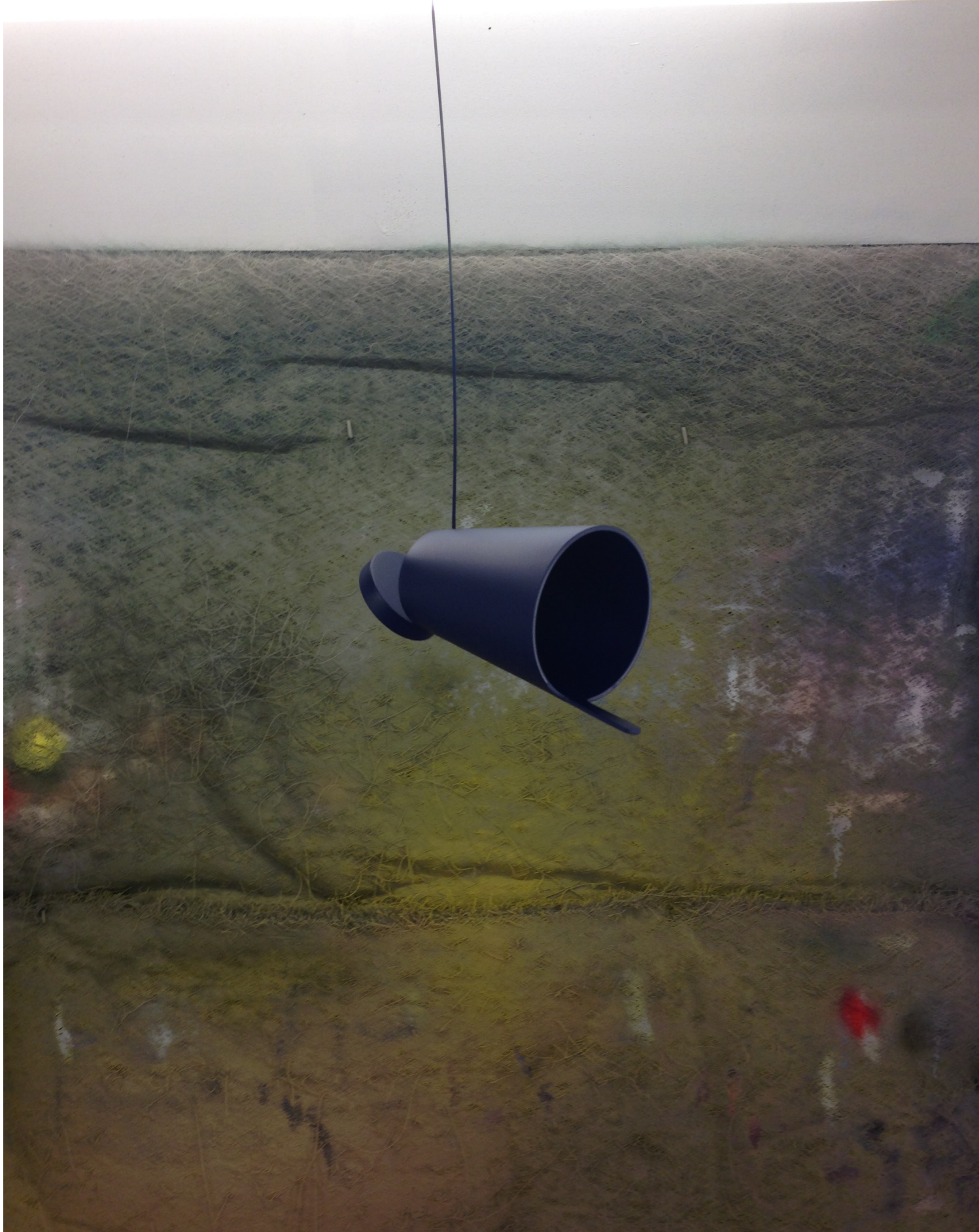


Fig. 89

Fig. 89 viser lampen hengende på lakkrommet. Lampen er overflatebehandlet med matt lakk fra Billakkspesialisten. Denne har god dekkevne og en resistent overflate. Den matte flaten er veldig lysabsorberende og fremhever derfor tydeligere lampens silhuett. Lakken har også en veldig taktill verdi og er et bevisst valg siden lampen innbyr til interaksjon med hender.



Fig. 90

Fig. 90 viser lampen montert og lakkert. Tekstilkablen har jeg lakkert i tilsvarende farge som lampens kropp. Tanken er at denne skal være i matt gummiutførelse som harmonerer med lampens lakkede overflate. Utvalget gummiledning i farget utførelse er begrenset. Det var viktigere å velge farge ut i fra en tanke om hva som passet lampen, fremfor å velge farge ut i fra de ledningene jeg hadde tilgjengelig.

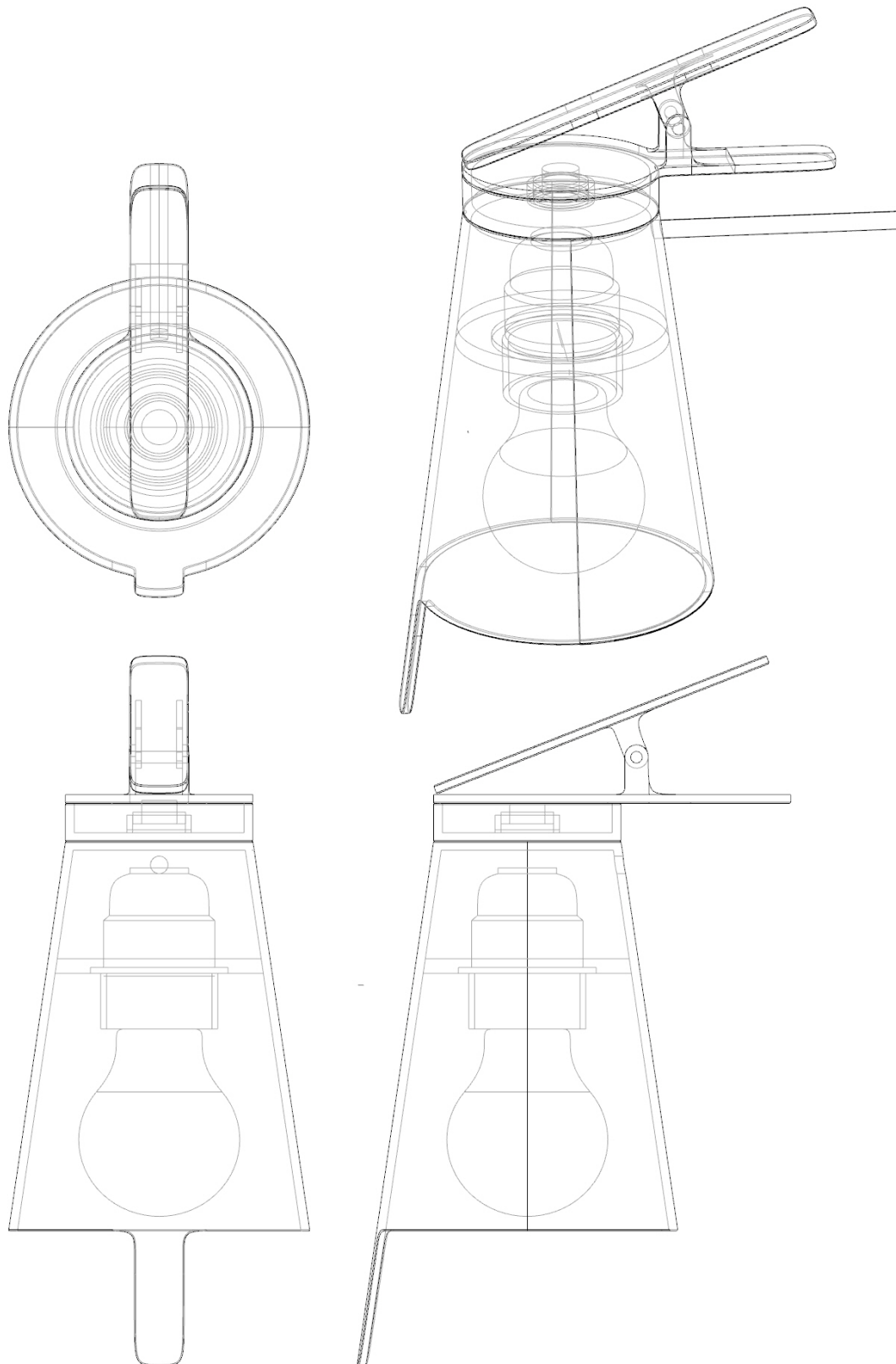


Fig. 91 viser plantegning av Attach, funksjoner som kulelage og tønnehengsle er integrert.

Fig. 91

Produksjon og videreutvikling

Etter dialog med fagfolk med erfaring fra produksjon og egne erfaringer gjennom studiet, har jeg gjort meg noen betraktninger ift. produksjon. I industrien fremstilles de fleste klyper ved støp (plast/metall) eller ved stansing av platemateriale (metall). I lampeindustrien lages de fleste lampeskjermer ved trykkdreining eller stansing. På grunn av dette ser jeg for meg at det kan bli det utfordrende når de to ulike industriene møtes i et produkt. Lampen er tenkt støpt i et hardplastmateriale eller i aluminium. Her blir betraktningene i forhold til produksjon antagelser siden betraktningene ikke blir gjort i forhold til en konkret produsent.

Betraktninger om støp som produksjonsmetode

Fordelene ved støping er at støp gir muligheter for et mer komplekst formspråk. Støping kan gi tykkere gods, man kan konstruere forsterkninger og har flere muligheter ift. sammenføyninger. Det kan også gi et mer organisk/ flytende formspråk. Dette er grunnen til at jeg valgte å ha denne produksjonsmetoden som utgangspunkt. Øvrige fordeler med støp som produksjonsmetode er at det gir en rask produksjon når støpeformen er produsert, produktet blir vanskeligere å kopiere og det gir flere mulige materialer lampen kan fremstilles i. Dette vil i de fleste tilfeller gi et mer solid og varig produkt. Kostnaden ift. materialbruk og svinn er også forholdsvis liten om man ser i forhold til f.eks stansing. Det er også lite bearbeiding etter støp.

Ulempene med støping som produksjonsmetode er at de krever en investering i kostbare støpeformer og man trenger en form for hver del. Disse moderformene kan igjen gi behov for flere deler avhengig av kompleksitet på det som skal støpes. Sånn sett kreves det produksjon av et stort antall for at det skal bli lønnsomt. Det kreves også mye energi ved produksjon i støp.

Betraktninger om aluminiumstøp

Fordelene med aluminiumsstøp er at det gir muligheter for ulike taktile overflatebehandlinger.

Materialet er solid og varig, og det vil gi en følelse av kvalitet som er unik for en lampe. Materialet kan også gjenvinnes og har en lav egenvekt.

Ulempene med aluminiumsstøp er at det er veldig energikrevende å utvinne materialet. Enkelte kvaliteter av aluminium er vanskelig å overflatebehandle.

Betraktninger om plaststøp

Fordelene med plaststøping er at det kan gi mulighet for en taktil overflate direkte i støpeformen. Noen plasttyper kan oppfattes som solide og materiale gir en følelse av at produktet har god kvalitet. Plastøp trenger ofte minimal etterbehandling og kan i de fleste tilfeller gjenvinnes.

Ulempene med plaststøp er at materialet muligens trenger styrkende konstruksjoner eller at injeksjonspunktet av plasten i formen kan påvirke estetikken. Ikke alle plasttyper tåler UV-ståler (lyskilde), gir en kvalitetsfølelse eller er taktile.

Mitt ønske er at produktet skal ha en kvalitetsfølelse og taktilitet i overflate, derfor ville jeg foretrukket en aluminiumsutførelse.

Objekt 3. Circus

“Det skjulte fargespekteret”

Moodboard



Fig. 92



Fig. 93



Fig. 94



Fig. 95

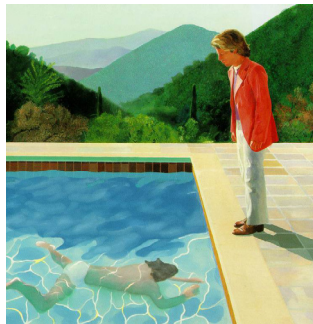


Fig. 96



Fig. 97



Fig. 98



Fig. 99



Fig. 100

Circus har et skjult fargespekter. Det er et lite vitalt objekt som innbyr til interaksjon, nysgjerrighet, og som trigger fargesansene. Objektets grafisk inndeling gir assosiasjoner til sirkus, lykkeshjul og fargevifter.

Om Circus klistrelappbeholder

Circus klistrelappbeholder forteller en historie om opplevelsen av et skjult fargespekter, som skal påvirke menneskets fargesanser. Et fargespekter på lokkets utside skifter plass med et kontrasterende fargespekter på innsiden når det roteres. På en grafisk, men likevel tredimensjonal måte, går produktet fra en kvart sirkel til en halvsirkel. Klistrelappenes kakeform gir et utall ulike måter de kan plasseres på; tankekart, flytdiagrammer, kalender, sidemarkør i en bok eller bare som dekor.

"Det skjulte fargespekteret"

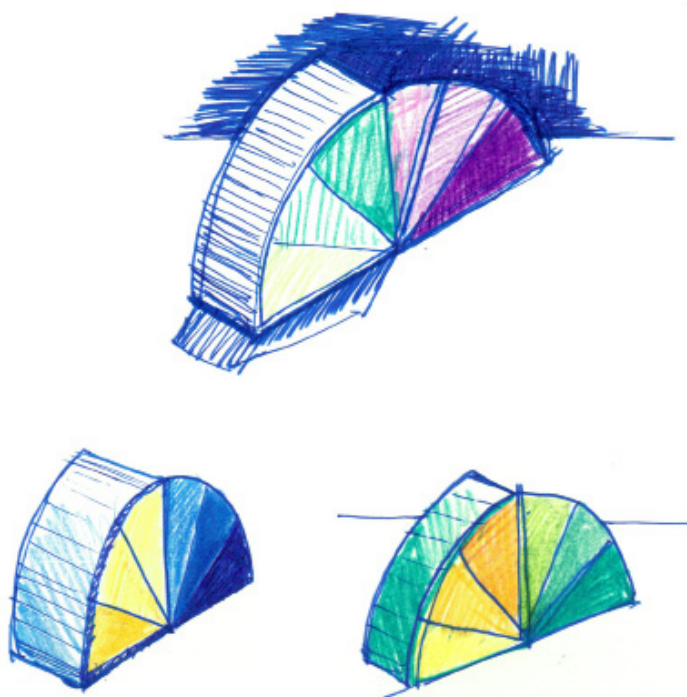


Fig. 15

Opplevelse og emosjoner

Produktidéen til Circus var et resultat av en "forced-relation" eller "tvunget relasjon" tankegang (Lerdahl, 2007). Tanken om et grafisk produkt hvor en kvart sirkel med fire fargede felter gikk over til en halvsirkel med åtte fargede felter oppsto som et resultat, når jeg lette etter en ide som både tok i seg et element av fargessanselighet og overraskelse. Vanepsykologi viser at produkter som setter i gang en form for aktivering øker sjansene for at kundene forandrer konsumeringsmønster, produktidéen hadde en bevegende og sanselig aktivering på en enkel og subtil måte som skilte seg fra tilsvarende produkter (C. M. Tore Gulden, 2011).

I Moløkken borrettslaget hvor jeg bor, er arkitekturen slik at det vekker en opplevelse av nærvær i hverdagen min. Buen til 1930-talls bygningen rammer inn et utsnitt av Bjølsenparken, som en grønn oase. Man får ikke opplevelsen av denne "grønne grotten" før i det øyeblikket hvor man som betrakter, står i en vinkel hvor man ser rett på inngangen. Om dette er en bevisst tanke fra arkitekten eller ikke, er jeg usikker på. Likevel tenker jeg at det denne buen gjør for meg i min hverdag, det øyeblikket den skaper, gjør meg følelsesmessig knyttet til Moløkken borrettslag og gir meg positive emosjoner. Løsningen med en slik høy bue er kanskje påkostet, men den føles varig og gir en uvurderlig merverdi til bygget. Disse emosjonen ville jeg overføre til Circus, en "på den andre siden" følelse og noe annet enn det ordinære.



Fig. 101

+



Fig. 102

*Fig. 101 viser arkitekturen til Moløkken borettslag.
Fig. 102 viser fargeprøver*



Fig. 103 Viser barns nysgjerrighet for å se det som er bakenfor, San Francisco Museum of Art, i 1978.

Fig. 103

"Ja, når vi ser et lite barn som har fått dekket sine primærbehov, er det tydelig at iver er nok i seg selv. Med oppmerksomhet, undring og fryd går barnet inn i øyeblikkene med en nybegynners sinn. Faktum er at vi alle er nybegynnere når vi er i nuet. Akkurat dette øyeblikket er nytt, uprøvd, vakkert og utfordrende"
(Svein Gran, 2011)

Circus er en opplevelse av nysgjerrighet, fargeglede og lek, overført til lite objekt.

Fargekombinasjoner og plassering

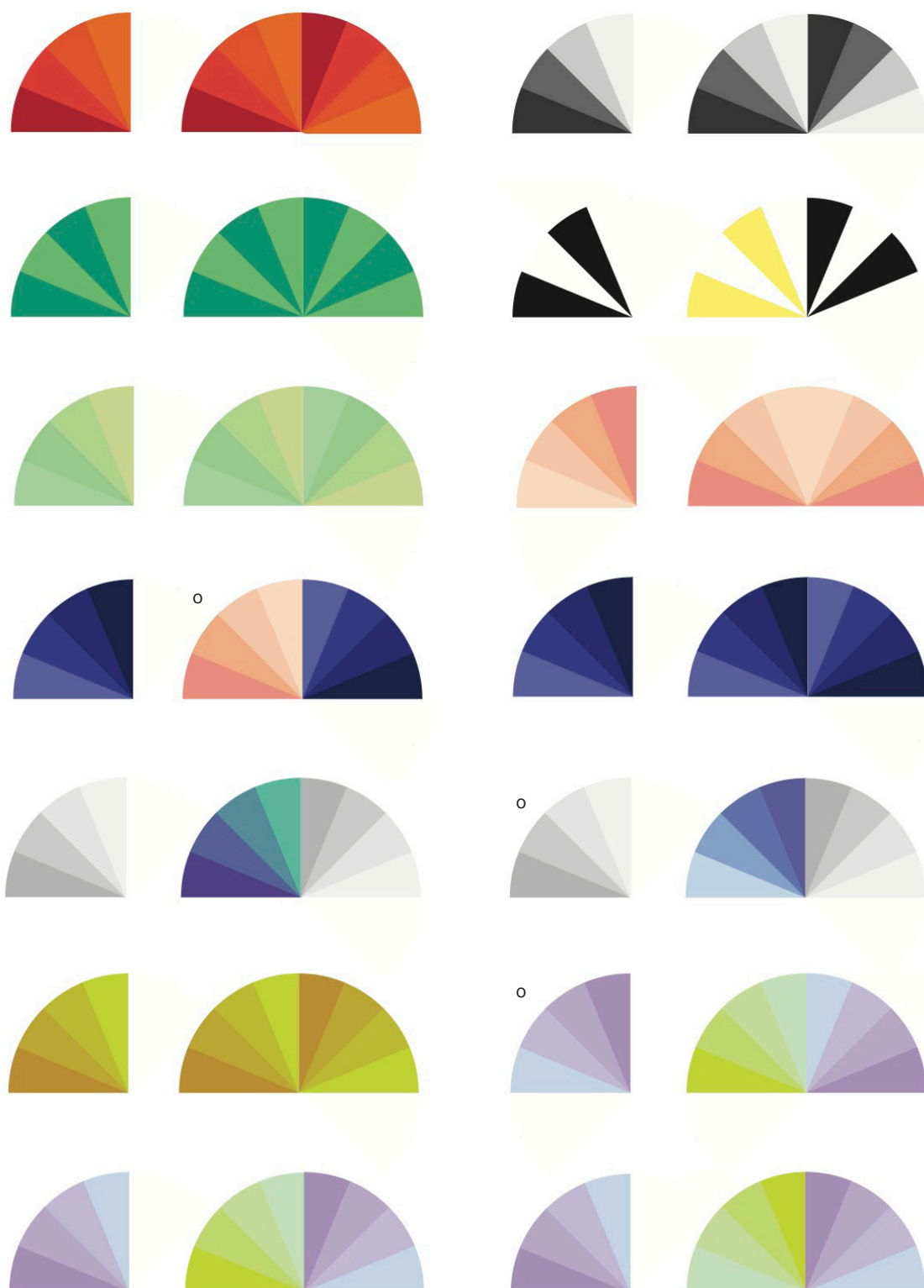


Fig. 104

Fig. 104 viser utprøving av fargeplassering i de ulike seksjonen til Circus. Valget falt på de som var seksjonert i en progresjon ift. et fargespekter. Videre arbeid tok utgangspunkt i illustrasjonene markert med: o

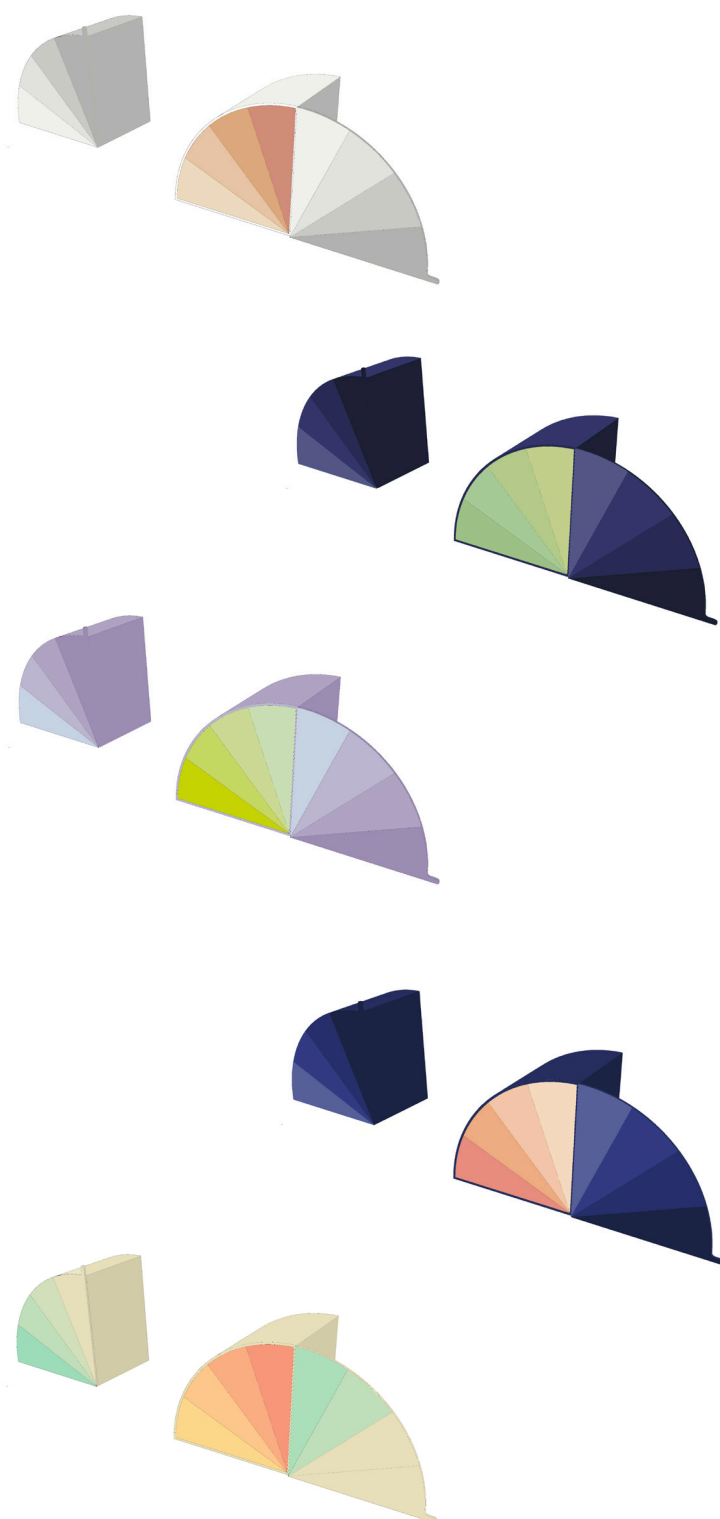


Fig. 105

Fig. 105 viser produktet illustrert i 3d i ulike utførelser. De fargekombinasjonene til Circus som tok utgangspunkt i en fargekontrast ga det mest interessante uttrykket.

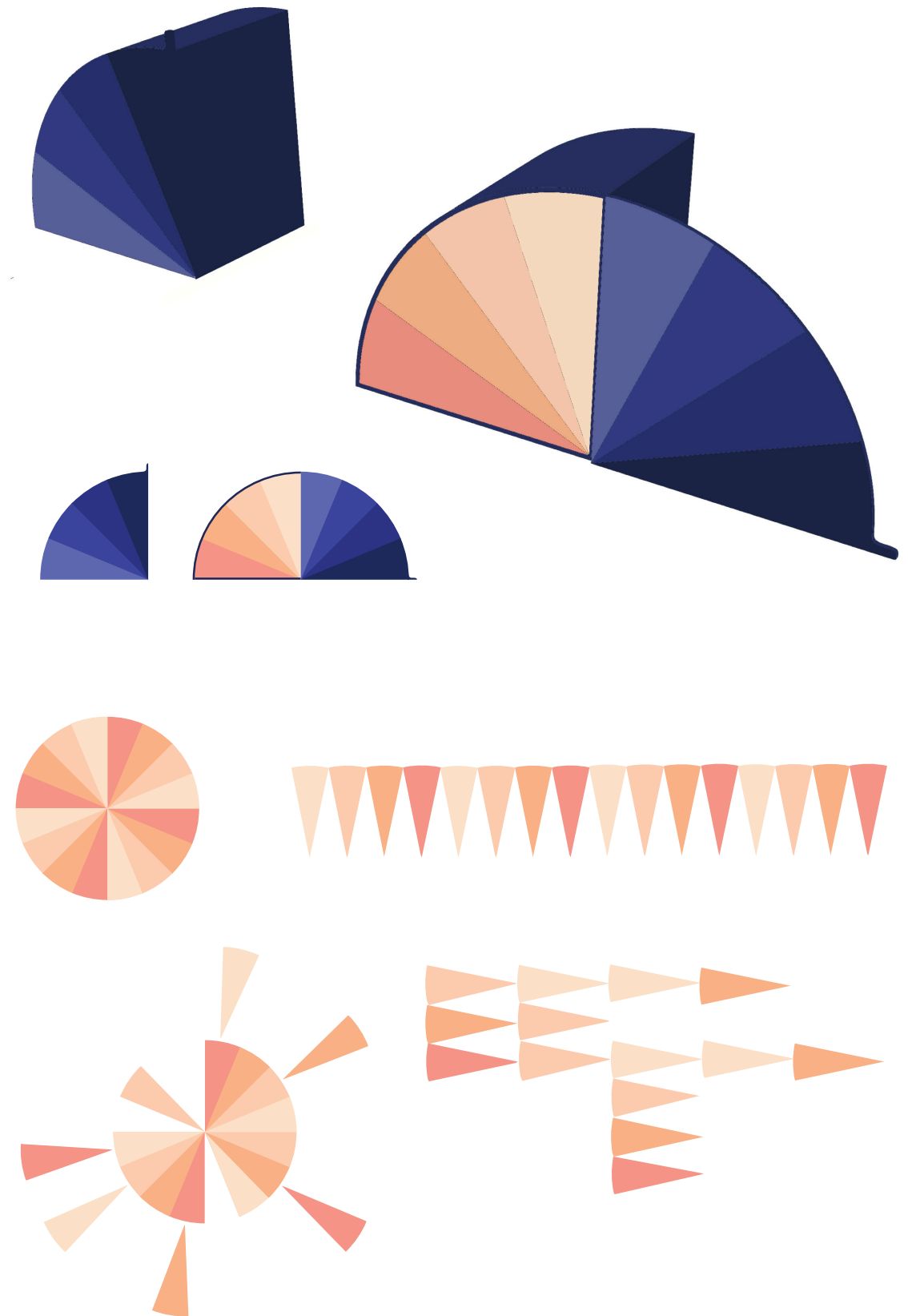


Fig. 106

Fig. 106 viser en visualisering av konseptet. Plasseringen av lappene lot seg raske skissere opp i Illustrator. Her fant jeg også ut at ulike fargenyanser på lappene ga dybde og spenning.

Tanker om fargebruk og sanselighet

Siden Circus i så stor grad består av farger var fargekombinasjonene og plasseringene av feltene viktig.

Kriteriene for fargevalg var:

- Fargene på papirlappene i det indre rommet måtte ikke være for mørke – slik at eventuell påskrift ikke vil synes.
- Kontrasterende farger inne og ute skal trigge fargesanseligheten.
- Fire felter som viser en progresjon i en skala for å skape en dynamikk og spenning.

For meg som har gått videregående utdanning Tegning, Form og Farge vekker produktet assosjoner og minner fra da jeg blandet gouachefarger til å male felter i Ittens sju fargekontraster. Dette sammen med min beundring for billedkunstneren David Hockney sin fargebruk har nok vært utgangspunkt for Circus sine farger. Mange av Hockneys bilder har naturmotiver, men tar likevel utgangspunkt i en mer ekspressiv fargepalett.

Dette har den britiske billedkunstneren som har tilholdssted i California uttalt om sin fargebruk:

"These are landscapes of Yorkshire painted by somebody from Yorkshire but who lived in California for 30 years. It's bound to have an effect. People said, 'You brought California color there.' I said, 'Not quite,' but [it's] certainly made me look at color differently." (Chu, 2012)



Fig. 107



Fig. 108



Fig. 109



Fig. 110

Fargevalg og sanselighet

Fargekombinasjonene er valg ut i fra en tanke om David Hockneys fargebruk, naturreferanser og Ittens fargekontraster:

Produkt 1. Kveld / Nat

Kveldsfargene består av fire varme fargenyanser, fra en balansert appelsinoransje går til rød mot det gule. Fargene gjenspeiler kveldssola som gløder gjennom et tykt filter på kveldshimmelen før den går ned.

Nattfargene består av fire mørke blånyanser som går mot fiolett, fra en druefarget blå til marineblå. Fargene gjenspeiler nyansene i en nattehimmel hvor menneskeskapt lys er skrudd av og mørke nyanser av blått kommer til syne.

Tar utgangspunkt i kontrast: Varm/kald, lys/mørk, komplementær (Itten, 1973).

Produkt 2. Blomst / Blad

Blomsterfargene består av fire fruktige fargenyanser, fra en lys fersken til en ren korall. Fargene gjenspeiler nyansene til blomstene i en bukket med rosa tulipaner.

Bladfargene består av fire friske grønnyanser, fra en lys kålfarge til grønne bjørkeblader. Fargene gjenspeiler fargene til stilkene og bladene til i en tulipanbukett.

Tar utgangspunkt i kontrast: Varm/kald-, komplementær (Itten, 1973).

Produkt 3. Snø / Is

Snøfargene består av fire kalde grå-nyanser, fra kvarts til gråstein. Fargene gjenspeiler fargene på snødekte fjell.

Isfargene består av fire kalde friske fiolette nyanser, fra fioler til plommer. Fargene gjenspeiler fargene fra en vinterhimmel som reflekteres i en isdekt sjø.

Tar utgangspunkt i kontrast: Simultankontrast, kvalitetskontrast (Itten, 1973).

Fig. 109 viser prosessbilde av Circus



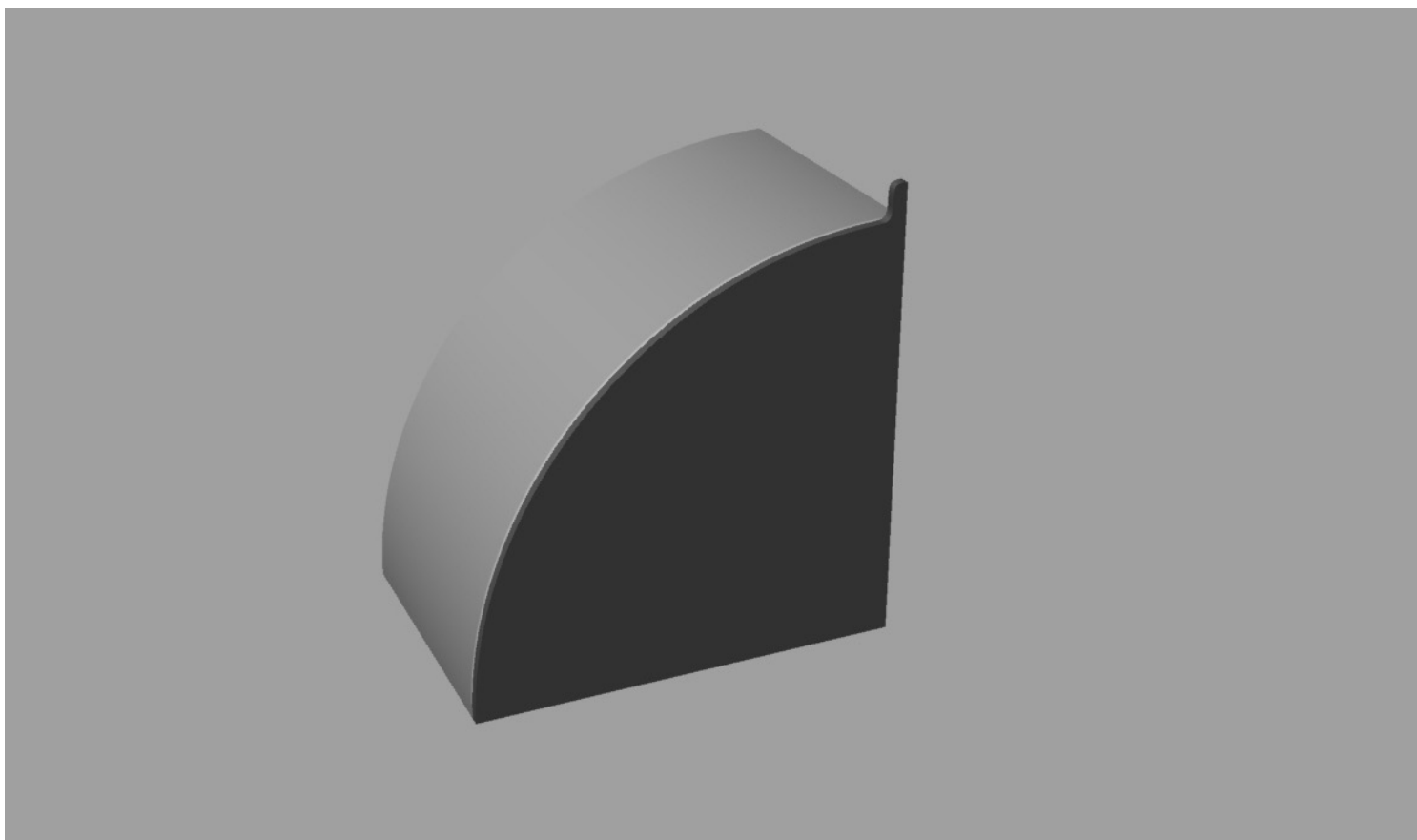


Fig. 112 viser modellert i Rhino. For å få et inntrykk av formen.

Fig. 112

Produkt og prototype utvikling

Betraktninger ved utforming av produktet:

Produktet skal ikke være for dypt for pga. av brukervennligheten. En vanlig post-it plukkes liggende så derfor er det litt utfordringer i brukerfunksjonen fordi det å hente noe ut fra et rom med fingrene kan være vanskelig.

Interaksjonen med døren skal være intuitiv. Spaken flyter ut i dørens øvrige kurve og gir inntrykk av retningen den skal skyves i. Som en bølges dynamiske form fra topp til bunn. Skyvebevegelsen med pekefingeren skjer i en horisontal bevegelse eller et grep som om man holder tuppen av en fjær. Det var noe jeg ønsket å få til når objektet skulle åpnes.

Dreiepunktet skal skjules og ikke prege formen. Veggene til oppbevaringen skal være tynnast mulig for å ikke påvirke den visuelle opplevelsen av fargespekteret.

Opplevelsen av produktet skal være lite og intimt. Samtidig skal det ikke være for lite med hensyn til praktiske aspekter som størrelsen på lappene. Det skal gå an å skrive noe på lappene .

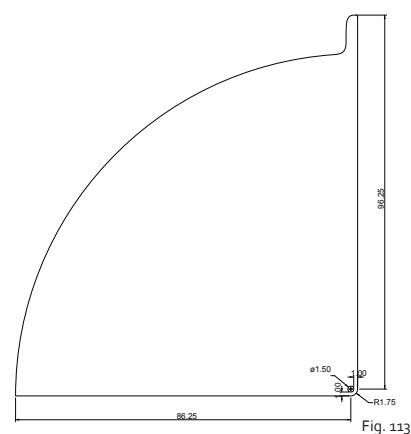


Fig. 113

Fig. 113 viser plantegning sendt til FFI av døren. For en best mulig opplevelse av produktet måtte denne delen kuttes ut med maskin.

Former

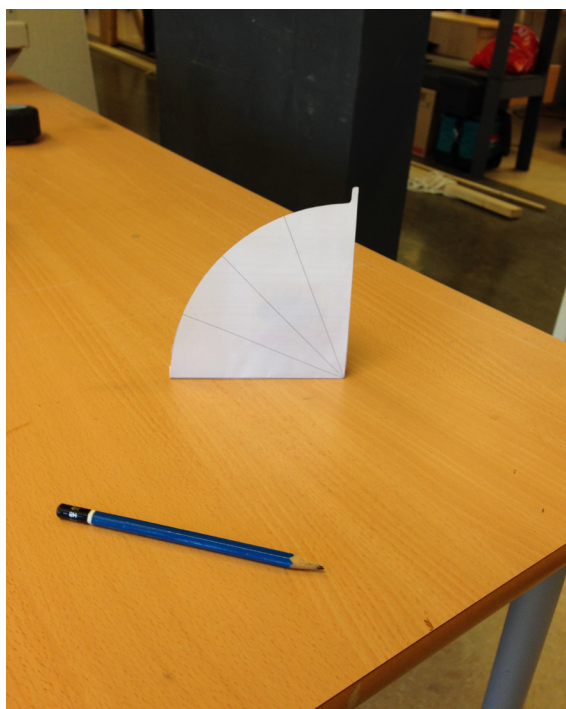


Fig. 114

Fig. 114 viser en tidlig papirmodell av produktet satt ved siden av en blyant. Produktet er et skrivebords-tilbehør og disse størrelsene må korrespondere. Dimensjonen på lappene er også et aspekt som avgjør størrelse på produktet



Fig. 115

Fig. 115 viser prosess med å lage de tre beholderene. Beholderne er laget av aluminium limt med epoxy.

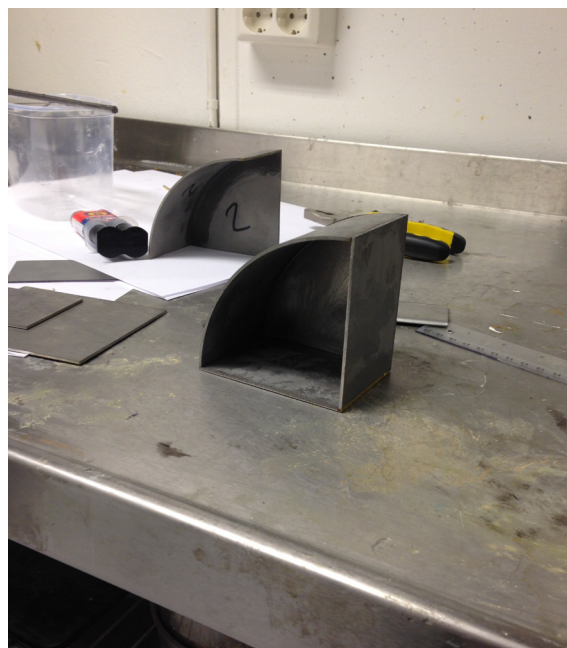


Fig. 116

Fig. 116 viser formen ferdig limt. Dreipunktet er et rør i messing med en tynnere bolt som er festet til døren, så den kan dreie.



Fig. 117

Fig. 117 viser formen ved siden av dør i PET kuttet ut med laserkutter. Erfaring viste at denne ble for myk, derfor fikk jeg vannskjært tilsvarende del i aluminium hos FFI.

Overflate og farge

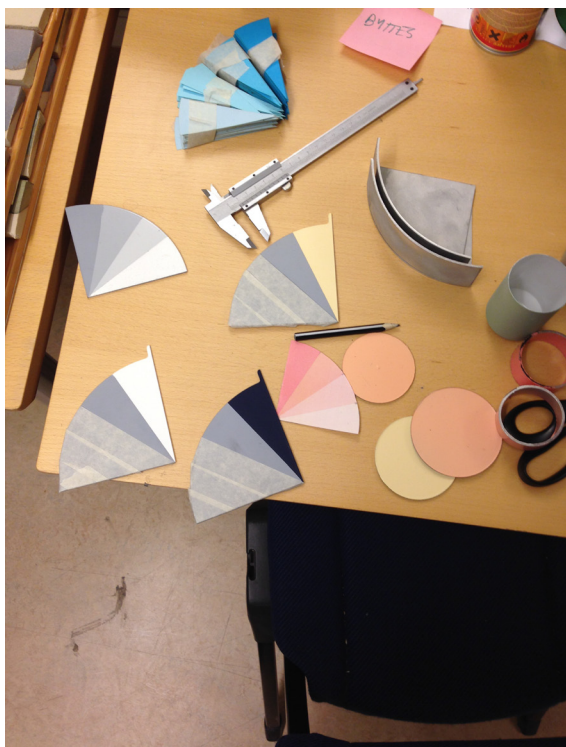


Fig. 118

Fig. 118 viser prosess med maskeing og lakkering i ulike nyanser. Prosessen gikk sakte siden hvert lag må tørke før ny maskeingstape og lakk kan påføres.



Fig. 119

Fig. 119 viser lyse fargerde i fire nyanser til lapper. Utvelgelsen av farger ble gjort som resultat av betraktninger, når de ulike nyansene ble sammenlignet med de lakkede dørene.

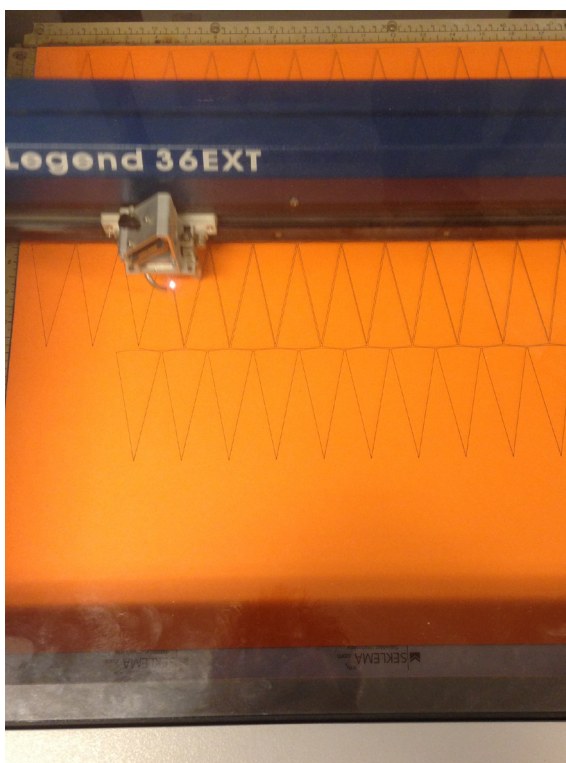


Fig. 120

Fig. 120 viser laserkutting av lappene. Jeg gikk jeg vekk fra tanken om å lime de ovenpå hverandre som klistrelapper.



Fig. 121

Fig. 121 viser fargesammensetningene. Valgte å selge ideen ved å late som beholderen er full, dette også fordi lappene ikke burde plukkes ut.

Circus i kontekst

Min visjonene i forhold til Circus er også etablert ut i fra konteksten. Omgivelsene i kontorlandskap og skrivebordsmiljøer er i mange tilfeller veldig grå og kjedelig. Et lite rom med farge og vitalitet kontrasterer til dette, noe som skal gi en opplevelse i hverdagen.

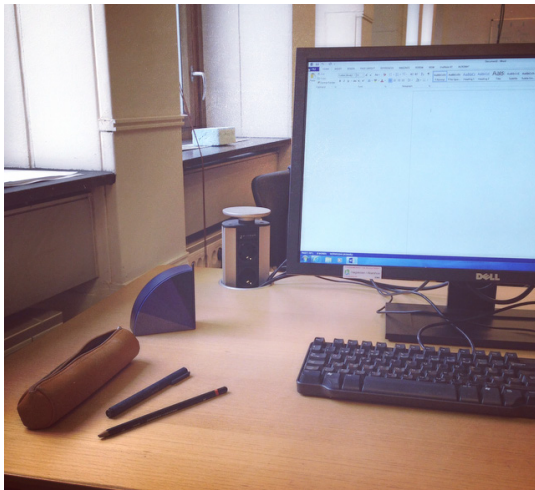


Fig. 120

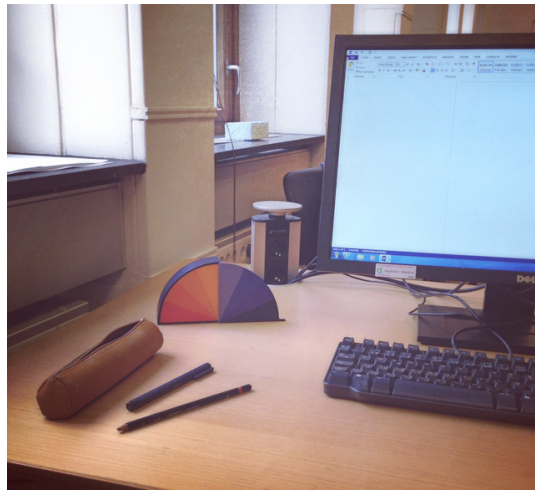


Fig. 121

Produksjon og videreutvikling

Siden produktet i så stor grad er grafisk motivert er det viktig at dette ikke forbigås i produksjon. Ved produksjonen er det viktig at det estiske blir ivaretatt dimensjons- og konstruksjonsmessig.

Klistrelapper er et bruk-og kast- produkt. Derfor kreves det noen betraktninger ift. miljøperspektivet. Det er to muligheter jeg ser for meg; enten refill tankegang, hvor man tar vare på beholderen eller en beholder i et gjenvinnbart materiale - som f.eks en type papirkompositt. Prototypen kan se ut som den er sprøytstøpt i plast, lokket kan også være støpt i et stykke.

Refill systemet vil kreve at produsenten er villig til å satse på produktet over et lengre tidsperspektiv, mens den gjenvinnbare beholderen i papir kanskje lever et nytt liv med en annen bruk når den blir tom eller den blir kastet. Beholderen ser jeg for meg får en emosjonell verdi som kan gjøre at den lever videre også uten lapper.

Dreiepunktet er kanskje den mest usikre delen av produktet, siden det konstruksjonsmessig er et punkt hvor det blir mest belastning. Noen justeringer kan gjøres ved å lage veggene tykkere for å kompensere stabilitetsmessig. Slik produktet ser ut nå er det estetisk motivert og kompromissene må komme ved produksjon.

Når gleden ved bruken overgår brukervennligheten

Det grafiske ved produktet gir en opplevelse av nysgjerrighet og fargesanselighet. Enkelte mener at brukervennligheten ikke er optimal. Ved Circus mener jeg at gleden ved bruk overgår brukervennligheten. Som eksempel på dette vil jeg dra paralleller til Phillippe Stacks juice presse for Alessi (fig.24). Et objekt som er kjent for å spre saften utover når man skal presse sitrusfrukter. Likevel står den igjen som en klassiker pga. sin skulpturelle verdi. Det ryktes at Phillippe Starck har uttalt: "den er ikke laget for å presse sitroner, den er laget for å skape samtaler" (Watson-Smyth). Dette er ingen unnskyldning for å lage ubrukelige produkter, men det er heller en tanke om å skape produkter som har en verdi som overgår funksjonen og brukervennligheten (P.M.A. Desmet, 2002)



Fig. 124

Presentasjon

Som del av presentasjonen og formidlingen av prosjektet har jeg valgt følgende visualiseringer (Disse presenteres på de neste sidene):

- Billedtaking
- Logo
- Hjemmeside
- Flyer
- Stand (Salone Satellite)

Følgende elementer ønsker jeg skal inngå i måten jeg presenterer meg og mine produkter på:

- Uforstyrret intraksjon
- Renhet
- Tydelighet
- Intimt følelse
- Letthet visuelt
- Varmt, men rent
- Nærvær på stand

Denne pakken med emosjoner skal ligge til grunn for presentasjonen av dette prosjektet. Opplevelsen av et produkt avhenger av konteksten det blir satt inn i. Vi mennesker har en tendens til å gjøre oss opp en mening et produkt ut fra omgivelsene det befinner seg.

Billedtaking

Torbjørn Anderssen sa ved første veiledning at "Produktene dine blir ikke bedre enn ditt beste bilde".

Derfor satt jeg av tre dager til fotografering. På disse dagene var første prioritert å fotografere et bilde av av hvert produkt som et hovedbilde, et portrett og et prosessbilde. Disse skulle brukes i flyer ved Salone Satellite. Torbjørn sa også at det er viktig å ta i bruk en form for kontekstualisering eller se på bildene som en del av et visuelt essay, eller historiefortelling.

Som en del av kontekstualiseringen har jeg involvert hender. Dette fordi de er med på å skape en nærhet, forklare bruken og gi en intim stemning.

Bildene er tatt inne i dagslys fremfor med fotolamper i studio(fig. 123).

Dette fordi dagslyset gir en følelse av stille øyeblikk, og for meg assosiasjoner til kunstere som Johannes Vermeer som malte bilder hvor lyset kommer gjennom vinduer(fig 22), og med dette skapte stille øyeblikk av nærvær i sine bilder.

I løpet av de tre dagene skrev jeg en fotobrief(fig. 124) til fotografen og var samtidig tilstede. Dette for å utnytte tiden best mulig og diskutere løsninger fortløpende.

Derfor valgte jeg å ta med et prosessbilde som forteller en historie om meg og min produktutviklingsprosess. Det er noe jeg tok med meg fra Andersen & Voll og sofamodellen fra Erik Jørgensen. Det blir en form for historie om en ekte prosess for de som leser flyeren.

Bildene er tatt med tanke på hvor de skal og kan publiseres. De skal også passe inn i artikler og på min hjemmeside. Nøytral bakgrunn har gjort at bildene har større sjanse for å passe inn flere ulike steder.



Fig. 123

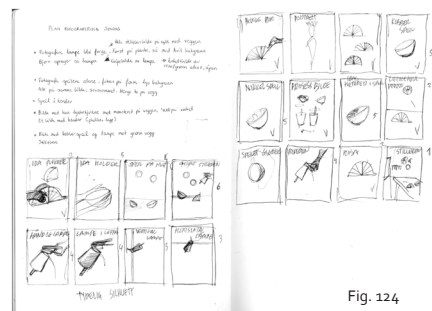


Fig. 124

Logo og hjemmeside



Fig. 125

Fig. 125 viser min logo som har en sirkulær form. Dette skaper en harmoni. Den inneholder initialene i mitt navn i en kryss komposisjon. De tynne linjene i bakgrunnen gir den dybde, og på en ren måte skaper dette spenning. Den grønne fargen kan assosieres med natur og vitalitet, siden jeg er en ung designer.

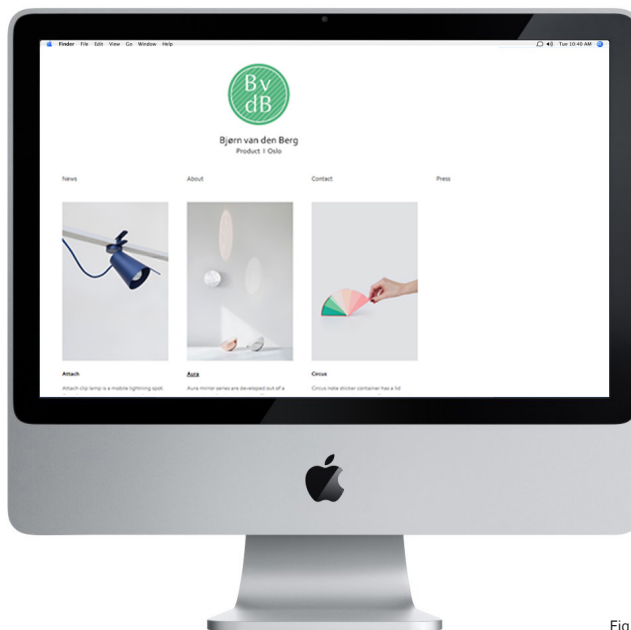


Fig. -.

Fig. 126 viser skjermbilde av forsiden til min hjemmeside, bjornvandenbergh.no. Ved å plassere produktbilder allerede her ønsker jeg å beholde den som besøker siden og vise frem alle produktene mine umiddelbart. Dette også fordi noen besøkende kan komme til å foretrekke et produkt fremfor et annet og da har de sett de andre produktene også.

Flyer

Det grafiske arbeidet skulle jeg gjerne satt bort til en grafisk designer som kunne laget logo, flyer og hjemmeside. Jeg veldig respekt for deres yrke, men jeg kunne desverre ikke prioritere dette på grunn av kostnadene det ville føre med seg. Derfor har jeg vært nødt til å gjøre dette selv. Til standen i Milano så jeg det som viktig å ha produktinformasjon på papir, som de besøkende lett kunne ta med seg. Jeg ønsket å lage en flyer med alle produktene framfor produktkort for hvert produkt. Dette fordi jeg ikke ville risikere å gå tom for en type produktkort, og fordi det gjør at de besøkende kan ta med seg alle produktene på ett papir. I prosessen med utviklingen av flyeren laget jeg flere mock-ups hvor jeg klippet, brettet og limte sammen et utkast. Inne i mock-upene satte jeg inn midlertidige renderinger og stemingsbilder. For å se virkningen og forståeligheten av flyeren testet jeg den siste mock-upen på venner, klassekamerater og familie. Etter samtaler med fotograf og trykkeri kom jeg frem til følgende løsning:

En flyer i ubestrøket fotopapir som er rullefalsert og hvor hver side er i a5 format. Dette for at den skulle være lett å ta med seg. Ved å plassere kun logoen på forsiden ønsket jeg å bidra til en følelse av at man får lyst til å se hva som skjuler seg på innsiden (fig.128). Ved å bla opp forsiden får man se et felles produktbilde som gir en forsmak på resten, bilde viser produktene i en hjemlig kontekst i naturlig lys, siden ovenfor viser informasjon om meg (fig.129). Når man blar ut neste side får man fortsatt se det felles produktbildet, men nå samme med et produktbilde av Attach og et portrett av meg (fig. 130). Blar man nok en siden vises det feller produktbildet sammen med de andre enkeltstående produktbildene (fig. 131). Snur man en lukket flyer ser man et prosessbilde som gir et hint av hva som befinner seg inne i flyeren (fig. 132). På denne måten blir flyeren en opplevelse i det man blar og vender siden, nesten som en historie.



Fig. 127



Fig. 128



Fig. 129



Fig. 130



Fig. 131



Fig. 132

Stand

Etter valg vi tok med å sende standen til Italia, fremfor å kjøre ned, satte det enkelte bedrensninger til modulene, de måtte kunne flatpakkes.

Sammen med Caroline Olsson laget vi noe kriterier til den visuelle utformingen av standen, den burde være:

- Ren stand hvor produktene står i fokus.
- Letthet i utformingen av modulene.
- Presentasjon på høye moduler.
- Litt assymetri for å skape spenning.
- Tydelig skille av våre produkter, for at vi ikke skulle risikere å bli ett på sett på som en designer eller som kollektiv.

Praktiske kriterier til utforming av standen:

- Moduler til tre bordprodukter, tre veggprodukter, et pendlende produkt fra "taket".
- Modulene burde kunne skjule ledninger.
- Oppbevaringsmodul som kan skjule f.eks grafisk papirmateriale, klær og mat.
- Ha en sitteplass.
- Ryddig presentasjon av grafisk materiale.

I tillegg hadde Salone Satellite enkelte krav ift. brann, plassering av moduler, hvor kun man kan male og at det skulle være ryddig til en hver tid.

Vi valgte mellom to konsepter av moduler, begge hadde et enkelt og lett visuelt uttrykk.



Fig. 132

Fig.132 viser Konsept 1: Struktur understell.

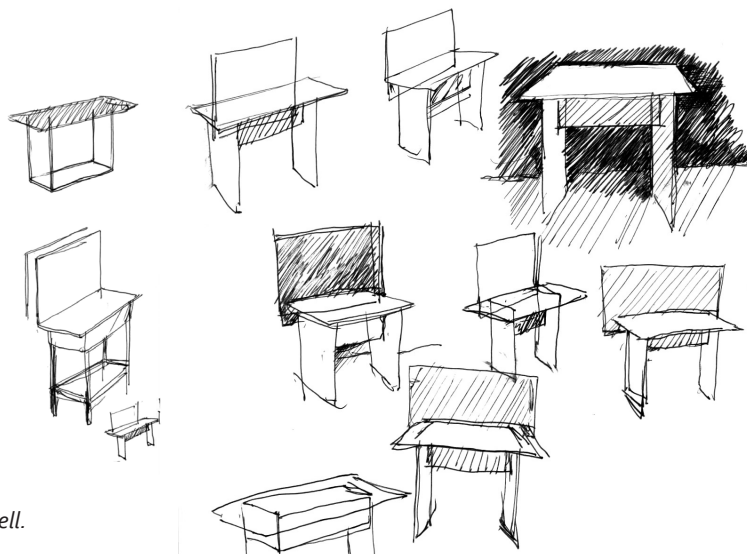


Fig. 133

Fig.133 viser Konsept 2: Flatene.

Valg av konsept 2: Flatene. Dette konseptet for moduler ville gi en stand med visuell letthet. Disse modulene hadde mulighet for å skjule ledninger bak den bærende konstruksjonen og den kunne lett flatpakkes.

Utforming av stand

Caroline og jeg delte standen ved at vil fikk hver vår sidevegg. Måten vi kom frem til delingen av standen var å fordele den med hver vår sidevegg. Bakveggen skulle være ren og kunn vise logoene. Vi så på det å ha hver vår sidevegg som en fin måte å tiltrekke oss oppmerksomhet fra de besøkende. Når de kommer gående i messegangen er sideveggene det første man ser. Ved å plassere produktene forholdsvis langt ut mot gaten ville de besøkende bli oppmerksom på dem. Vi ønsket å skape en gallerifølelse fremfor å sette alle produktene på massive moduler midt i standen. Siden produktene var små ønsket vi å eksponere dem i en høyde som korrespondererte med overkroppen til de besøkende for å skape et nærvær til produktene. Betrakterne skulle komme så tett innpå produktene at det føltes intimt. For å skape spenning, valgte vi å gjøre modulene litt forskjellig i høyde og bredde avhengig av produktene som skulle plasseres.

Fra messen bestilte vi et sort teppe, fire lyskastere og to lettvegger til hver side av standen. Det sorte teppe fungerte fint i sammenheng med mørke understellet, i sort mdf. Dette visuelt ville det trekke understell og teppe sammen, for at de lyse topplatene skulle "flyte" rommet. Flatene skulle bli til rene lerreter hvor produktene sto i fokus. Vi malte alle standens vegger i en lys grå-hvit farge som gjorde standen renere og lysere enn de fleste standene rundt. Hvitfargen inneholdt litt sort og noen dråper gult, noe som gjorde standen varmere enn de øverige hvor det var malt kun med hvit base.

Vi valgte også å lage et forseggjort oppbevaringsmøbel som de besøkende og vi kunne sette oss ned på i en stressende messehverdag. Dette var bevisst valg, for å gjøre standen mer intim. Benken var også praktisk å sitte på når man ble sliten.

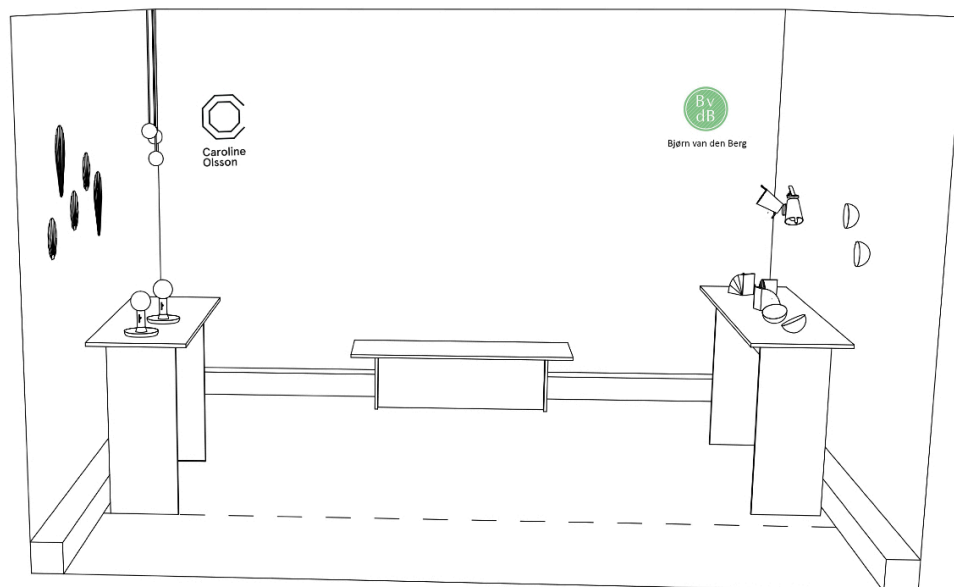


Fig. 134 viser skisse av stand sendt til Salone Satellite.

Fig. 134



Fig. 135.

Fig. 135 viser papirmodeller fra prosess med vurdering av lyst eller mørkt understell. I skala 1:20. Som modellene viser går de mørke understellet i et med teppet og at flatene flyter mer selvstendig i rommet

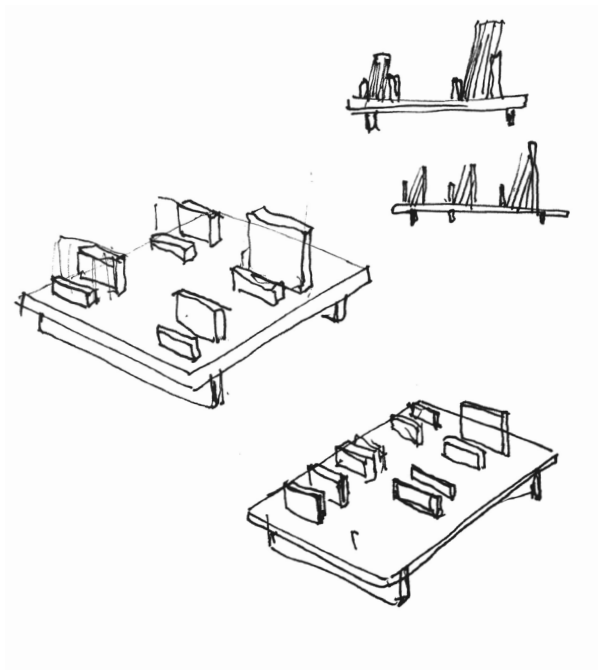


Fig.136

Fig.136 viser skisse av brett til produktkortene. Tanken var at de skulle stå oppreist for å eksponere forsiden.

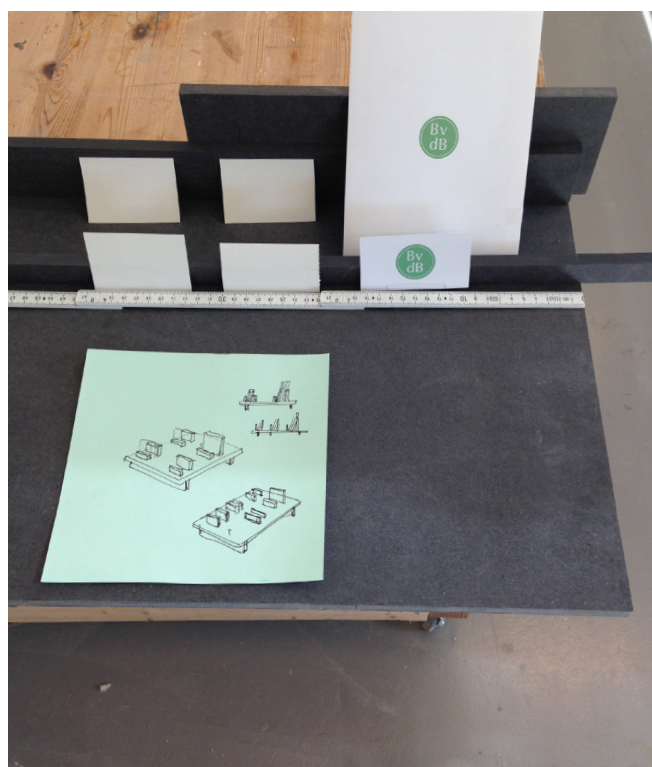


Fig. 137

Fig.137 viser prosess ved å lage brett til produktkortene. Den sort mdf gir en kontrast til det lyse grafiske materialet og benken.







Fig. 140



Fig. 141



Fig. 142





Fig. 144



Fig. 145







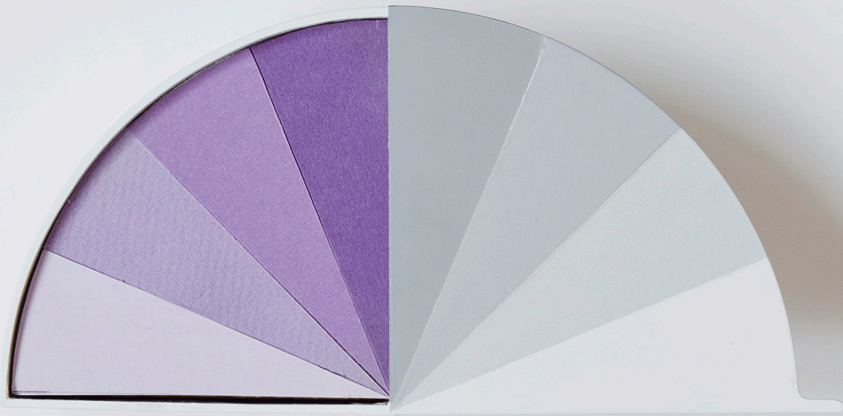




Fig. 150



Fig. 151

Om Salone Satellite, Salone del Mobile

Salone del Mobile avholdes hvert år ved messeområdet Fiera Milano, i år fra 8-13 april. Salone del Mobile er den offisielle møbelmessen i Milano og er verdens største møbelmesse. Messeområdet består av tilsammen 20 haller. Salone Satellite er den delen av den offisielle møbelmessa i Milano hvor unge og uetablerte designere har mulighet til stille ut. Utstillingen er på et område som dekker en halv hall. Hvert år stiller 700 unge designere og studenter ut ved Salone Satellite. Denne delen av messen ble opprettet med tanke på at de uoppdagede designerne skal ha mulighet til å vise sine arbeider for produsenter og for de mest innflytelsesrike talentoppdagerne i verden (cosmit.it).



Fig. 152



Fig. 153

Fig. 151 viser norske designere på vei hjem fra Salone Satellite lørdag kveld.

Fig. 152 viser en del av Salone Satellite i fugleperspektiv.

Fig. 153 viser innzoomet bilde av meg som pusser Aura.



Fig. 154

Fig.154 viser standen ved ankomst søndag. Håndverkerne var enda ikke ferdig med montering av vegger. Søndagen ble brukt til å male.



Fig. 155

Fig.155 og 156 viser prosessbilde ved montering av stand. Vi mottok standmodulene fire timer for sent på mandag og holdt på til kl 23.30 med ferdigstilling.

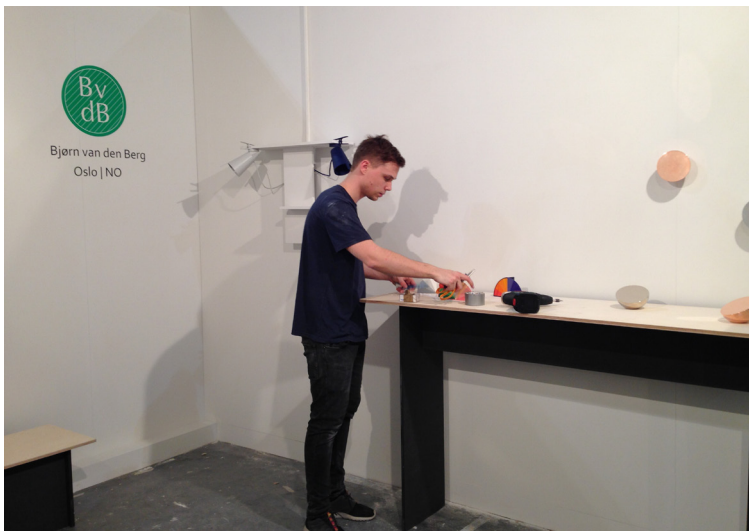


Fig. 156



Fig. 157

Fig. 157 viser standen ferdig tirsdag morgen. Bordet hvor Aura og Circus var plassert var 110 cm høyt, siden jeg anså dette som en høyde som for de fleste tilsvarer albue.



Fig. 158

Fig. 158 viser Aura. Det naturlig å finne en høyde hvor speilflaten til bordspillene var tiltet direkte i ansiktet til de fleste stående personer. Justeringer gjort ut i fra erfaringer fra Greenhouse.



Fig. 159

Fig. 159 viser Circus. Lapper med sjablonglim er plassert ved siden kunne jeg vise funksjonen og bruken av produktet.



Fig. 160

Fig. 160 viser Attach. Lampene er festet i en assymetrisk komposisjon. Ledningene er skjult for å ikke forstyrre. Klypene er skrudd fast i undersiden for å ikke falle ned eller sprekke.



Fig. 161 viser brettet til flyer og produktkort stående på oppbearingsmodulet med sitte mulighet.



Fig. 163 viser Olsson / van den Berg ved Salone Satellite

Fig. 163

Undersøkelser ved Salone Satellite

Ved Salone Satellite foretok jeg undersøkelser som observasjon av interaksjon med mine produkter, intraksjon med andres produkter og mottok mye respons.

Observasjoner fra interaksjonen med produktene

Basert på de besøkende ved vår stands oppførsel og væremåte, kunne jeg gjøre observasjoner og betraktninger fra interaksjonene med mine produkter .

Interaksjon med hånden og ved å betrakte

Aura

Ved Greenhouse Stockholm var ønske om å ta på Aura bordspillene tydelig hos de besøkende, i Milano var behovet for å ta og føle på enda tydeligere. De foretok mange av de samme håndteringene av produktet, som å løfte på speilet, vippe det opp på den kurvede flaten og se under. Mange "så med hendene" og de vil ha en bekreftelse på det de trodde eller var nysgjerrige.



Fig.163 viser besøkende som tar en "selfie" i Aura. Produktene er tett på betrakteren.

Fig. 163

Fig.164 viser den besøkende som betrakter bilde. Ut i fra bildene tolker jeg dette som et stille øyeblikk.

Fig. 164

Circus

Produktet hadde en overraskende tydelig interaksjon og forståelighet ift. det å åpne produktet. Formen til spaken på døren virket å ha en intuitiv utforming. Derimot lurte mange på hva produktet faktisk var, utover det estetiske. Det kan skyldes orienteringen av lappene og at dette ikke er et produkt i en sjanger som man ofte ser ved Satellite. Ved å plassere noen få lapper ved siden av produktet kunne jeg klistre de opp på veggen bak, for å vise funksjonen og tanken bak. Det var også overraskende få som prøvde å ta ut en lapp, men dette kan skyldes at de da ville "ødelegge" produktet.

Attach

Dette er det produktet som er mest selvforklarende av mine produkter. Her ville de fleste dra i spaken for å stille lyskildens retning, men overraskende få var opptatt av å "teste" klypefunksjonen. Det som vekte størst fasinasjon blant de besøkende virket å være hvordan hengslefunksjonen som var så skjult fungerte.

Fig. 165 og 166 viser besøkende som betrakter Attach. Han virket fasinert over måten hengslen var skjult og måten den tiltes/roteres.



Fig. 165



Fig. 166

Observering av andre

En annen form for observering av interaksjon jeg gjorde, var å se på standen rett ovenfor vår stand. Ved av og til å følge med på våre naboer rett ovenfor, det Japanske designkollektivet Imagine, kunne jeg i løpet av uken også observert hvordan de besøkende interagerte med deres produkter. Et av deres produkter fikk mye oppmerksomhet under uken. Deres "lysdusj" kunne dimmes ved å skru på en vannkran. En dråpe i akryl ledet lyset på en vannlignende måte og traff baken under med et kontrollert kaldt lys. Mange ble stående å se på denne, ofte i større grupper. Likevel var det et fåtall av de besøkende som faktisk skrudde på kranen. Dette gjorde designerne selv. Den figurative gjenkjenneligheten til lysdusjen virket å gjøre at produktet var selvforklarende. Mine produkter trengte derimot i større grad en forklaring og mange hadde spørsmål. Interaksjonen var i stor grad med hendene og de besøkende ville utforske produktene fra alle vinkler.



Fig. 167



Fig. 168

Hendelser

Ved et tilfelle kom en jentegjeng (studenter?) innom standen. En av dem hadde vært innom standen før i uken og sett Circus. Hun tok med de andre jentene for å spørre dem om hva de trodde produktet var ment til å være.

En yngre mann kommer innom og forteller engasjert om speilene etruskerne tok i bruk på 700-tallet, som var laget av metall med graverte mønstre i overflaten. Han likte godt at Aura ga han disse assosiasjonene på en moderne måte.

Respons fra besøkende

Responsen var generelt god fra de besøkende. Den mest vanlige responsen på produktene: Aura – "beautiful", Circus – "sweet" eller "wow" og Attach – "cool".

Indikasjoner fra Salone Satellite

Jeg har en følelse av at Aura var et av de produktene ved Salone Satellite som ble mest tatt på. Dette kan skyldes speilene plassering tett på inngangen ved vår stand (Fig 157), men det kan også at de ble tiltrukket av det blanke materialet. Jeg observerte at de besøkende ble tiltrukket av den blanke overflaten, farge, lys og bevegelse. Jeg merket at Aura som jeg tenker på som et stille objekt, ikke er så stille likevel, på grunn av sin blanke overflate. Attach var helt klart det objektet som trengte minst forklaring, uten at det gjorde at reponsen var dårligere.



Fig. 169

Fig. 169 viser folksom stand. Det er tydelig at oppmerksomhet er "smittsomt". Om en interagerer med objektene følger ofte flere andre på etter.

Spredning i medier

En annen form for undersøkelse som jeg ser som mer og mer relevant er spredningen i medier. Denne responsen gi et meg et grunnlag som forteller hva besøkede og betraktende mener om mine produkter uten at jeg selv er tilstede. Selv om jeg delte ut rundt 800 flyers ved Fiera Milano ,er dette en liten del av betrakttere om man ser i forhold til de som kommer i kontakt med produktet på nette. Spredning på nettet er noe jeg kan bidra med selv eller som skjer uavhengig av meg. Dette er noen av publisiteten og spredningen som har skjedd i mediene etter at produktene ble vist.

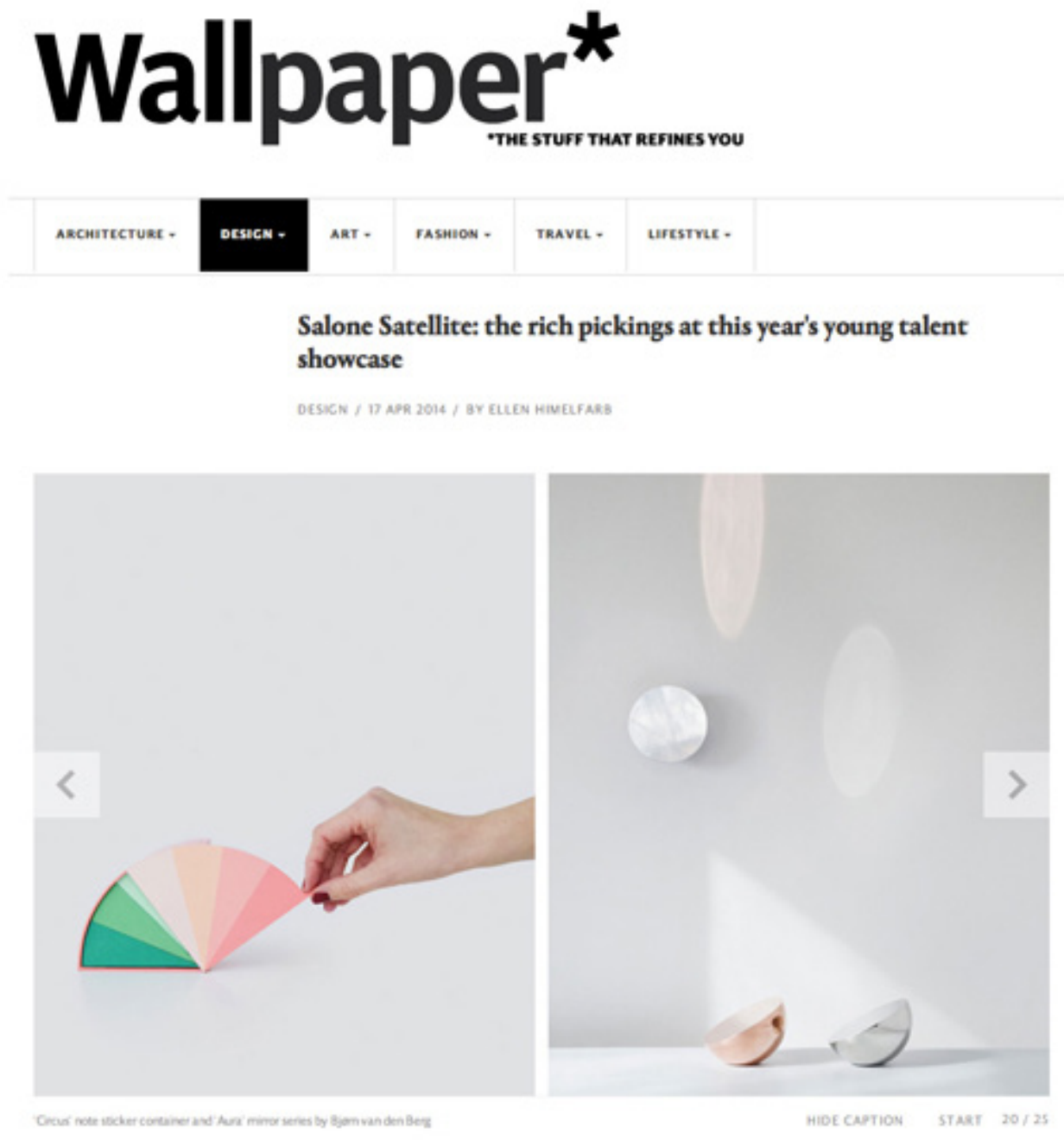


Fig. 170

Fig. 170 viser presseomtale fra livstils magasine Wallpaper. Pressen kom etter en av deres journalister besøkte standen.*

M

[Index](#) [About](#) [Suggest](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [Subscribe](#) 



Aura

Aura mirror series is a beautiful project by the Norwegian designer [Bjørn van den Berg](#), where the hemispherical shaped mirrors are converted into a whole reflecting object, not just a surface.

The project is about tactility and sensibility. Aura's format relates to fit into two open hands. When the object is exposed to light, the light is reflected differently from the flat mirror surface and the circular body: making you aware of your surroundings and the changes in light.

The series consists of a wall and table mirror and they have been developed using solid aluminium, electroplated with copper, chrome or nickel, producing a wonderful finish.

Fig. 171

Fig.171 viser presseomtale fra nettstedet Minimalissimo. Nettstedet er en blogg som hyller minimalisme i design (Minimalissimo, 2014). Når jeg har fått mere uventede henvendelsene på mail, har de ofte meddelt at de har sett produktet på dette nettstedet.

Spredning i sosiale medier

Bildeapplikasjonen Instagram er på mange måter en øyeblikksapplikasjon. Formatet og tanken bak mobilappen kommer fra polaroid kameraer som dokumenterer bildet umiddelbart, appen omgjør likhetene til et digitalt format. Fra bilde er tatt til spredningen skjer går det kort tid, om bildet tas og publiseres direkte gjennom appen. Applikasjonen kan også publisere bilder direkte fra ens bildealbum på mobilen. Gjennom appen kan man samle hverdagsøyeblikk og observasjoner. Bildene tagges og får kommentarer som er interessanter å ta til betraktning. Bildene er hentet som screenshots fra appen på min mobil.



Fig. 172



Fig. 173

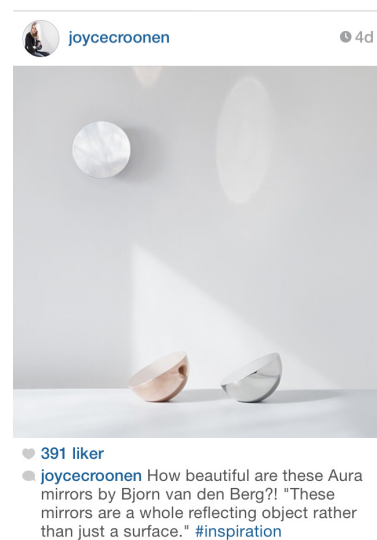


Fig. 174

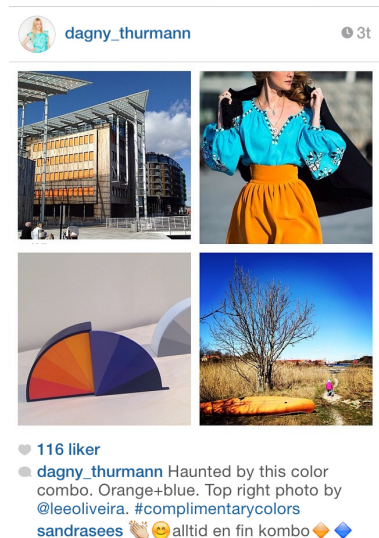


Fig. 175

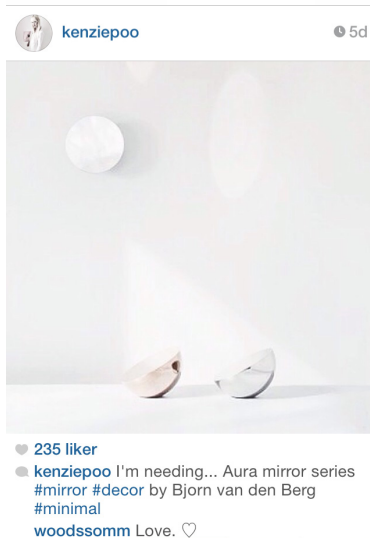


Fig. 176



Fig. 177

Fig.175 viser instagram brukeren Dagny Thurman fra Fargerike bemerket at hun er forfulgt av fargekombinasjone "Kveld/Natt" til Circus, Fig.176 at brukeren bemerket at den trenger Aura. Fig.177 brukeren bemerket at Attach er praktisk.

Pinterest spredning

En annen billedelingsapplikasjon er Pinterest. Denne går mer direkte på nettbruk via datamaskin i forhold til Instagram. Denne applikasjonen er en virtuell oppslagstavle og det er ofte at brukerne publiserer sine ønsker og inspirasjon her. (no.wikipedia, 2013b). Ulike nettsteder velger å gjøre at brukerne kan publisere linker direkte mot dette nettstedet, og de kan samle og dele "pins" i egne mapper. Innad i nettstedet sprer bildene seg videre.



Fig.178

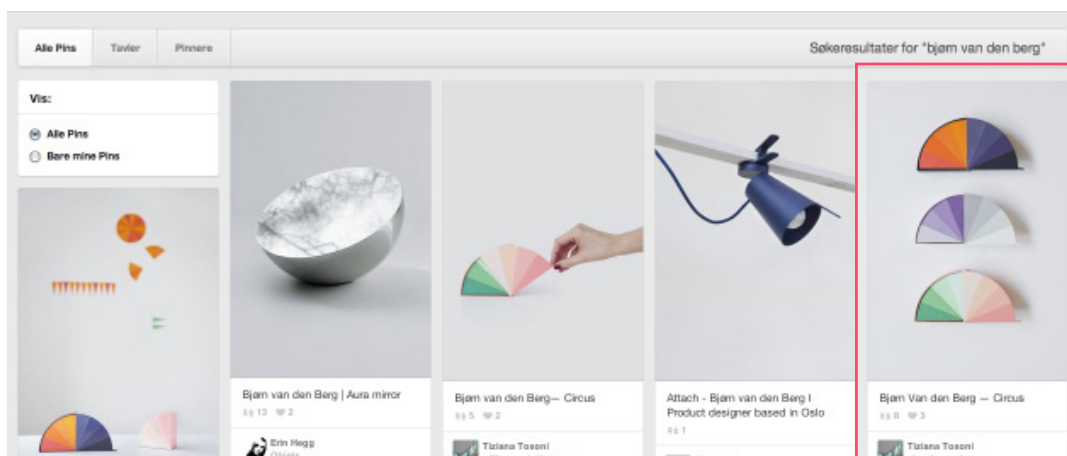


Fig. 179

Fig.178 viser Aura i artikkelen på Minimalissimo, denne kan enkelt deles på pinterest. Fig. 179 viser noen resultater fra søk på "bjørn van den berg" i applikasjonen. Ved å trykke på et av bildene kan jeg se hvordan produktet har publisert seg innad Pinterest. Fig.180 viser en brukers album hvor den har lagt til Circus under albumtittelen "In my hands", som jeg velger å tolke som en samling av produkter den vil ha i hendene.

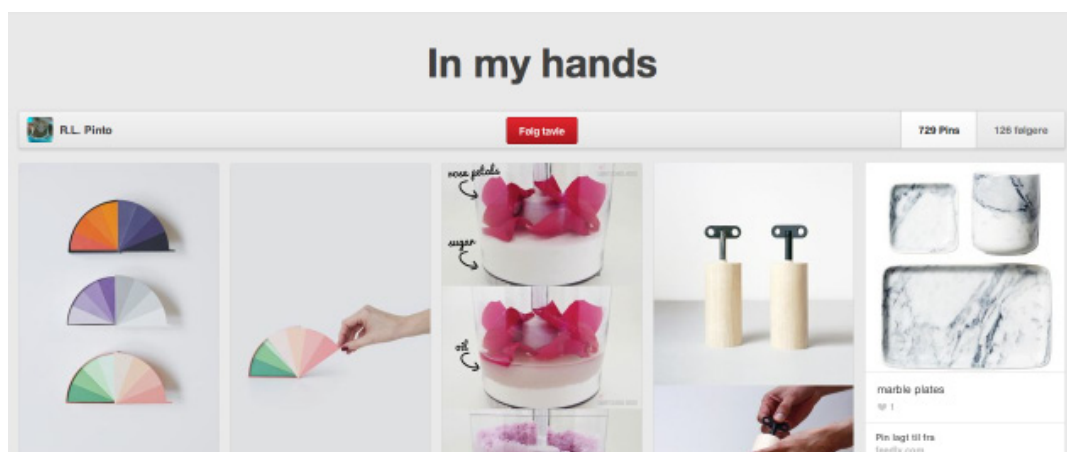


Fig. 180

Når spredningen fører til noe

Etter formidlingen av produktene ved Salone Satellite kontaktet Elle Decoration Italia meg med en forespørsel om å publisere Circus i fargen "blad/blomst" i en fotoshoot med tema "Palm Spring" i deres blad.



Fig. 181 viser Circus i fargekombinasjonen "blad/blomst" som er sent til photoshoot i Italia.



Fig. 182



Fig. 183 viser et 1950-talls postkort fra Palm Spring, som er et resortområde i ørkenen i California (no.wikipedia, 2013a). Siden dette er temaet for photoshoot ser jeg for meg et bilde som kommer til å bli tatt forteller en vital bilde historie med fargebruk og tropiske tendenser.

Fig. 184 viser et annet eksempel på respons på fargebruken har jeg hentet ut fra nettstedet; ceasarstone.com. De omtaler fargebruken som elektrisk blå og at den har referanser til postmoderne arbeider på 1980 tallet. Jeg tenker at dette kan skyldes min tanke om den grafiske delen av lampens utforming og silhuetbruk.

Also opening on the same day as the Salone del Mobile is the SaloneSatellite, an annual exhibition of emerging designers. Scandinavian studios are once again a highlight, including Norwegian talents such as [Vera & Kyte](#) and [Bjorn van den Berg](#). Many of the young designers are using colors and motifs inspired by the Postmodern works of the 1980s, including electric blues and simple grid patterns.

Fig. 184

Diskusjon

Diskusjonen er foretatt ut i fra oppgaven "Nærvær og Hverdagsobjekter"

"Normale" objekter

I boken *Super Normal* tar Naoto Fukushima og Jasper Morrison for seg en designfilosofi hvor de "normale objektene" hylles. De setter spørsmålstegn ved designeres frykt for å bli sett på som kjedelig. Abstraherte produkter med en presis gjenkjennelighet preger denne boken, som har undertittelen "Sensations in the Ordinary".

Så hvorfor er visualiseringen av "Super Normal" så aktuelt nå? For å svare på det, er det nok å besøke noen kjøpesentere, supermarkeder, innkjøpsmesser og hjemmesider eller å ta en rask titt i magasiner. Alt det som er overfladisk, spektakulært og pseudomoderne har lenge vært en normalitet i produktdesign. Overflødige egenskaper, ellipser, dynamiske kurvaturer, perforeringer og perlemorslakk dominerer dagens styling. Dette fører til at alt blir likt, de fleste biler (innside og utside), såvel som sportsartikler, stereo, klokker og møbler. Det samme gjelder emballasjedesign. Som en kontrast, designet Fukushima for noe år siden en lysende gul stående emballasje for bananjuice (fig.185), med en brunfarget ende på emballasjens folder. Gjenkjennelig fra bananen selv, men uten at det satte den typiske innpakningen i skyggen. Måten vi åpner toppen av emballasjen (tuten) på er til og med, lik den måten vi skreller en banan på. Ville det ikke vært supert om slik design en dag ble det normale?"

Dette er min oversettelse av et utdrag av teksten "Vizualizers" skrevet av tyske Gerrit Testiege, sjefredaktør i bladet Form. Hentet fra boka *Super Normal* (2007).



Fig. 185

Mine produkter relatert til "super-normal"-filosofien, "oppmerksomt nærvær" og sanselighet

Mine produkter innehar nok flere uttrykk enn det som ligger i "super-normal"-filosofien. Men likevel har jeg brukt noen viktige aspekter fra den i oppgaven min. Jeg har tenkt at "enkelhet" er viktig å formidle.

I dagens samfunn blir vi som mennesker i større og større grad eksponert for mange forskjellige inntrykk som skriker om vår oppmerksomhet. Vi blir tvunget til å forholde oss til alle disse inntrykkene og gi dem av vår oppmerksomhet. Dette gjør at det blir vanskelig å samle oppmerksomheten om ett enkelte inntrykk. Vi er ikke bevisste på at vi mister muligheten til "oppmerksomt nærvær", noe som er viktig for vår psykiske helse (Svein Gran, 2011). Dette gjør at det er viktig å fjerne overflødige inntrykk, for at vi skal få bedre kontakt med sansene våre. Ved å selekere ut inntrykkene og kun kommunisere det mest grunnleggende, vil betrakteren bli mer tilstede i øyeblikket. Dette er tidligere beskrevet i avsnittet om "oppmerksomt nærvær" side 18.

Tilstedeværelse innehar både en mental og fysisk modus. Ved tilstedeværelse puster man og har en erkjennelse av nuet. Ved at man er mer tilstede i seg selv, blir man også mer oppmerksom på omgivelsene. Det utvikles mer sanselighet. I idéutviklingsfasen av produktene, valgte jeg å etablere metaforer som jeg kunne brukes til å utvikle produktene, slik at de fikk en form for sanselighet.

Erik Lerdahl sier, *“Gode produktmetaforer har gjerne noe poetisk ved seg, de vekker sanseassosiasjoner”* (Lerdahl, 2007).

Ved å generere ideer ved hjelp av metaforer vil sannsynligheten for at produktet vil berøre brukeren emosjonelt, øke. Under utvikling av alle tre produktene har verdikriteriene som jeg har listet opp på side 12 ligget til grunn. Flere av disse kriteriene relaterer seg til emosjoner.

Nærvær og tilstedeværelse

Under produktutviklingene har det utkrystallisert seg tre dimensjoner som jeg mener kan bidra til at produktene bidrar til følelsen av nærvær og tilstedeværelse ved interaksjon.

1. Små objekter

Det som mennesket kan holde i hånden kommuniserer på en spesiell måte. Objektene i prosjektet er alle små objekter som korresponderer med håndens format, noe som gjør at man kommer veldig tett på dem. Det å kunne holde produktet i hendene, snu og vende på det, veie det i hånden og kjenne på overflaten, vil gi en nærhet og emosjonell tilknytning.

Denne betraktningene er fra Salone Satellite:

“Det er noe med de små produktene. Hvordan de forholder seg til hendene”

Bjørn van den Berg

“Ja, som å holde en liten fugleunge”

Caroline Olsson

2. Stimulere til oppmerksomt nærvær

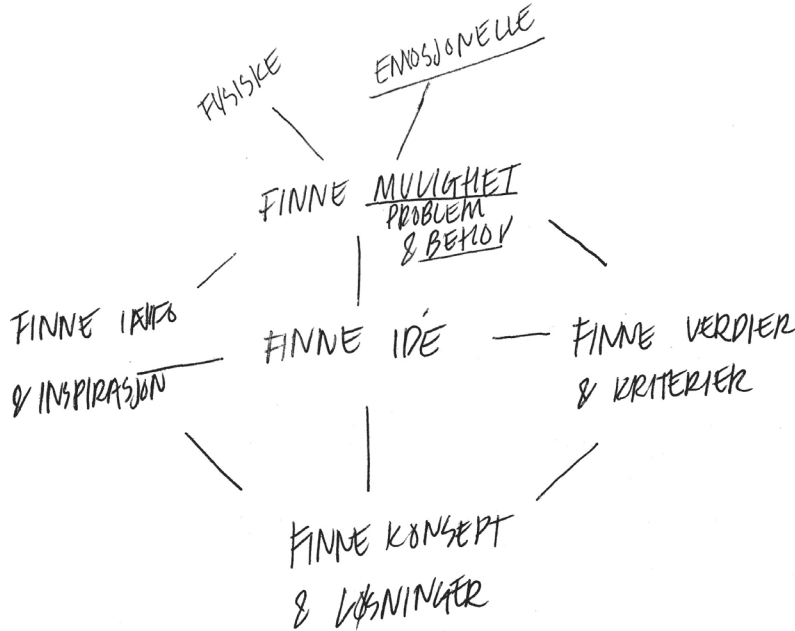
Oppmerksomt nærvær handler om å bli kjent med kroppen og sansene sine. Derfor er sansestimulering essensielle verdier. Objektene skal slik gi en opplevelse av nærvær og tilstedeværelse. Jo flere sanser som stimuleres, jo tettere blir relasjonene som skapes og jo større blir opplevelsen av øyeblikket. Alle de tre produktene stimulerer sansene, men Aura er det objektet som har flest sansestimulerende effekter og kan sånn sett innby til stor grad av kroppslig nærhet. Foruten å stimulere spesialsansene våre som syn og hørsel, vil materialet ha i seg mange ulike inntrykk når det berøres, den glatt og blanke overflaten og materialet som speiler temperatur og tyngden i hånden. Speilene minner oss på en estetisk måte at tiden går. Tanken er at når man tar i bruk flere sanser i interaksjonen med produktet, blir man mer bevisst på seg selv og mer emosjonelt tilknyttet til et produkt.

3. Å etablere visuelle metaforer

Dette er viktig for at produktene skal stimulere en nerve i vår persepsjon og gi en visuell gjenkjennelighet. Ved å ta brukerne tilbake til tidligere erfaringer og visuelle referanser vil jeg forsøke å gi en bevisst eller ubevisst ettertanke i det øyeblikket man interagerer med produktet. Disse erkjennende øyeblikkene skal forlenge produktets liv (C. M. Tore Gulden, 2011).

Nye dimensjoner i ideutviklingsmodellen

Ut fra de erfaringer jeg har gjort i arbeidet med oppgaven, har jeg tilført noen nye dimensjoner i ideutviklingsmodellene til Erik Lerdahl på side 15 og Torbjørn Anderssen på side 16.



I "min modell" har jeg lagt til dimensjonene fysiske og emosjonelle muligheter/behov. Dette er faktorer som må man må ta hensyn til ved utvikling av produkter. I oppgaven min har de fleste ideer blitt generert ut i fra emosjonelle muligheter/behov. Det fysiske aspektet har hatt mindre betydning. Bærekraftige produkter som har lang levetid hos brukeren kjennetegnes blant annet ved at de har en emosjonell verdi for brukeren. Dette er vist i modellen: "Model factors influencing the replacement decision by N. Van Nes & J. Cramer" (C. M. Tore Gulden, 2011)-

Observasjon av potensielle brukeres interaksjon med produktene

I oppgaven har jeg utviklet og vist tre produkter for potensielle brukere, og jeg skulle undersøke om produktene skapte en opplevelse av nærvær og tilstedeværelse og dermed bidro til å skape relasjoner mellom bruker og produkt.

Potensielle brukere er presentert for produktene på flere måter, iscenesatt av meg eller av andre som har benyttet sosiale medier til å spre bilder av produktene. I en kontekst som på en messe, er det vanskelig å observere om produkter skaper en opplevelse av nærvær og tilstedeværelse, fordi de besøkende blir eksponert for mange inntrykk. Vi var bevisst på dette ved utformingen av standen og valgte å stille ut produktene slik at det ble få forstyrrende elementer. Likevel er en messestand ikke en optimal kontekst for å observere "oppmerksomt nærvær" i relasjon til utvalgte produkter.

Enkelte medier (nettbaserte) har en slik kommunikasjonsmåte at brukerne vil gjøre bevisste valg av hva de ønsker å dele med andre. De bruker "oppmerksomt nærvær" når de velger det produktbildet de ønsker å dele. Dette gjelder medier som for eksempel: Pinterest, Instagram og Minimalissimo. De to første mediene styres av potensielle brukere, og app-likasjonen gir dem en mulighet til å bestemme hva de selv vil publisere. De gjør et valg i en observant og tilstedeværende modus. Minimalissimo er et nettsted som velger ut minimalistiske og kreative bidrag innenfor ulike visuelle felt. Journalisten i dette mediet omtalte Aura med en entusiasme for den sanselige og taktile ved berøring. Dette viser at enkelte er blitt oppmerksomme på at opplevelsen av nærvær og tilstedeværelse oppleves i interaksjon med produktene.

Konklusjon

Det moderne menneske eksponeres for store mengder inntrykk. Øyeblikk med få inntrykk er med på å lette tankene våre og gjør at vi blir mer tilstedeværende og oppmerksomme. Med denne oppgaven ønsker jeg å formidle at tankene om "oppmerksomt nærvær" kan tas videre til produktdesign. Tanken er at produktene skal ha egenskaper som stimulerer oss emosjonelt og at dette gjøre oss mer tilknyttet produktene. I et samfunnsperspektiv skal dette forlenge produktenes levetid og gjøre de mer bærekraftige.

I oppgaven har jeg utviklet og fremstilt tre produkter som prototyper samt presentert dem for potensielle brukere på ulike måter. Jeg ville utforske hvordan man kan utvikle produkter som skaper en opplevelse av nærvær og tilstedeværelse for å bidra til relasjoner mellom bruker og produkt. Produktene jeg har utviklet i oppgaven bidrar til det i større og mindre grad. Hvis man lykkes i å utvikle små objekter, som stimulerer til oppmerksomt nærvær og som er utviklet på etablerte visuelle metaforer, tror jeg at man kan skape bærekraftige produkter. Av de tre produktene jeg har utviklet i denne oppgaven er det Aura som best oppfyller problemstillingen i oppgaven min.

Kilder

- Chu, H. (2012). *David Hockney brings color back home*. *Los Angeles Times*.
- cosmit.it. *Salone Satellite*. from <http://www.cosmit.it/en/salonesatellite>
- Fridericianum, K. (2011). *Gardar Eide Einarsson - Power Has a Fragrance*. from <http://archiv2.fridericianum-kassel.de/einarsson00.html?&L=1>
- Fukushawa, N. (2007). *Naoto Fukushawa*.
- Godø, H. (2005). *Serendipitet i FOU - flaks eller kreativitet? Forskningspolitikk*.
- Itten, J. (1973). *The Art of Color*.
- Jasper Morrison, N. F. (2007). *Super Normal - Sensations in the Ordinary*.
- Lerdahl, E. (2007). *Slagkraft*.
- Løvstad, I. (2011). "ET PUSTEROM I HVERDAGEN - En fotografisk fortelling om oppmerksomt nærvær".
- Låte, J. (2012). *Torbjørn Anderssen*. I Store norske leksikon.
- Michael de Vibe, R. K. (2007). *Nå - tilstedeværelse i hverdagen*.
- Minimalissimo. (2014). *About*. from <http://minimalissimo.com/>
- no.wikipedia. (2013a). *Palm Springs*. from http://no.wikipedia.org/wiki/Plam_springs
- no.wikipedia. (2013b). *Pinterest*. from <http://no.wikipedia.org/wiki/Pinterest>
- no.wikipedia. (2014). *Instagram*. from <http://no.wikipedia.org/wiki/Instagram>
- P.M.A. Desmet, P. H. (2002). *The Basis of Product Emotions*.
- Pedersen, B. (2014). *Elektrolyse*. I Store norske leksikon. from <http://snl.no/elektrolyse>
- Ruth Mugge, J. P. L. S., Hendrik N.J. Schifferstein. (2009). *Emotional bonding with personalised products*.
- stockholmfurniturelightfair. (2014). *Greenhouse 2014*. from <http://www.stockholmfurniturelightfair.se/news/greenhouse-2014>
- Svein Gran, K. A. L., Andries Kroesse. (2011). *Oppmerksomhetstrening - En historisk, psykologisk og praktisk innføring i mindfulness*.
- Tore Gulden, C. M. (2011). *Contexts of experience(COE)*
A psychology based design tool, towards sustainable consumption through extending the product lifetime.
- Tore Gulden, C. M., Arild Berg. (2010). *PSYCHOLOGY BASED DESIGN APPROACH (PSYDA), A PEDAGOGICAL CONCEPT*.
- Vitenskap, I. (2001). *Når ble speilet oppfunnet?*, utgave 4.
- Watson-Smyth, K. *The Secret History Of: Philippe Starck's lemon squeezer*. The Independent.

Bildehenvisning

Fig. 2 Hentet fra boken Slagkraft av Erik Lerdahl 2007

Fig. 6-7 Hentet fra :http://www.ndc.co.jp/hara/works/en/2000/06/re_design.html

Fig. 19 Hentet fra: <http://www.tate.org.uk/context-comment/articles/the-weather-project>

Fig. 20 Hentet fra:

<http://www.dezeen.com/2009/03/23/tableware-by-aldo-bakker/>

Fig. 21 Hentet fra:

http://hotelkafka.com/blogs/Escher/archivo/2006_08_01_archive.html

Fig. 22 Hentet fra:

<http://daystarvisions.com/Pix/Masters/pg3.html>

Fig. 23 Hentet fra:

<http://www.uniquet.com.au/portfolio/ceramipore>

Fig. 24 Hentet fra:

http://www.digi-hound.com/wp/wpe_a.html

Fig. 25 Hentet fra:

<http://footage.shutterstock.com/clip-1040590-stock-footage-zen-stones-on-a-beach-dolly-shot.html>

Fig. 26 Hentet fra:

http://www.muhammadanism.org/Gospel/Stories/escher_1.htm

Fig. 27 Hentet fra:

<http://daystarvisions.com/Pix/Masters/pg3.html>

Fig. 52-53 Hentet fra:

<http://www.discipline.eu/eu/last-stool-4160.html>

Fig. 56 Hentet fra:

<http://www.clker.com/clipart-megaphone-3.html>

Fig. 57 Hentet fra: http://www.bestdryingrack.com/clothespins/USA_made_America.html

Fig. 58 Hentet fra:

<http://www.writergirlkarin.com/metamorphosis/>

Fig. 59 Hentet fra:

<http://daviding.com/blog/index.php/archive/le-marais-jewish-quarter-pompidou-centre/>

Fig. 60 Hentet fra:

Ukjent

Fig. 61 Hentet fra:

<http://visuall.net/2011/09/07/street-art-the-good-bike-project/>

Fig. 62 Hentet fra:

<http://www.tecnocem.com/portable-work-lamps.htm>

Fig. 63 Hentet fra:

http://www.bestdryingrack.com/clothespins/USA_made_America.html

Fig. 64 Hentet fra:

http://dearada.typepad.com/dear_ada/2008/04/centre-pompidou.html

Fig. 66 Hentet fra:

<http://purple.fr/diary/entry/gardar-eide-einarsson-s-traveling-show-power-has-a-fragrance-lands-at-kunsthalle-fridericianum-kassel>

Fig. 69 Hentet fra:

<http://www.pandurohobby.no/Catalogue/10-Smykker-Accessoirer/1080/108015/1/512401-Klemme-av-plast-115-cm-2-stk>

Fig. 70 Hentet fra:

<http://www.veb.no/display.aspx?menuid=5000-5030-534&prodid=2584>

Fig. 71 Hentet fra:

<http://www.snapdeal.com/product/mosaic-stainless-steel-matt-finish/155663>

Bildehenvisning

Fig. 81 Hentet fra:

<http://www.globalsources.com/gsol/I/Cabinet-hinge/p/sm/1003189223.htm>

Fig. 92 Hentet fra: <http://ridiculouslyinteresting.com/2012/12/22/children-not-looking-at-modern-art/>

Fig. 93 Hentet fra:

<http://www.infobilder.com/foto-karusell-i8396.html>

Fig. 94 Hentet fra:

http://www.xaraxone.com/webxealot/workbook23/page_5.htm

Fig. 95 Hentet fra:

http://uuuutopiaaaa.blogspot.no/2010/07/blog-post_5387.html

Fig. 96 Hentet fra:

<http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/hockney/>

Fig. 99 Hentet fra:

http://ayay.co.uk/background/vintage_labels/food_and_drink/spanish-orangina/

Fig. 100 Hentet fra:

http://www.hockneypictures.com/works_paintings_70_04.php

Fig. 107 Hentet fra:

http://www.google.no/search?q=hockney+art&hl=no&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=Mj58U4D2D-PuygPGo4DYCw&ved=0CAYQ_AUoAQ&biw=1280&bih=664#facrc=_&imgdii=_&imgrc=joyl6R4ieh9jWM%253A%3B2CPJcmc7leTijM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.glenwoodnyc.com%252Fmanhattan-living%252Fwp-content%252Fuploads%252Fresource%252Fdh-hockney-pace-wildenstein.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.glenwoodnyc.com%252Fmanhattan-living%252Fpop-artist-david-hockney-at%252F%3B574%3B364

Fig. 108 Hentet fra:

<http://artobserved.com/2011/02/ao-auction-preview-london-sothebys-christies-and-phillips-de-pury-to-hold-contemporary-art-auctions-february-15-17-2011/>

Fig. 109 Hentet fra:

<http://pictify.com/user/Scarletseahorse/david-hockney>

Fig. 110 Hentet fra:

http://www.hockneypictures.com/works_paintings_70_04.php

Fig. 170 Hentet fra:

<http://www.wallpaper.com/design/salone-satellite-the-rich-pickings-at-this-years-young-talent-showcase/7343#97763>

Fig. 171 Hentet fra:

<http://minimalissimo.com/2014/04/aura/>

Fig. 183 Hentet fra:

http://en.wikipedia.org/wiki/Palm_Springs,_California

Fig. 178-180 Hentet fra: <http://www.pinterest.com/>

Fig. 185 Hentet fra: <http://www.toxel.com/inspiration/2009/03/29/juice-skin-packaging-by-naoto-fukasawa/>

Øvrige fig. tilhører Bjørn van den Berg

Uke 11			
10. mar	Mandag		
11. mar	Tirsdag		
12. mar	Onsdag		
13. mar	Torsdag		
14. mar	Fredag		
15. mar	Lørdag		
16. mar	Søndag		
Uke 12			
17. mar	Mandag		
18. mar	Tirsdag		
19. mar	Onsdag		
20. mar	Torsdag		
21. mar	Fredag		
22. mar	Lørdag		
23. mar	Søndag		
Uke 13			
24. mar	Mandag		
25. mar	Tirsdag		
26. mar	Onsdag		
27. mar	Torsdag		
28. mar	Fredag		
29. mar	Lørdag		
30. mar	Søndag		
Uke 14			
31. mar	Mandag		
1. apr	Tirsdag		
2. apr	Onsdag		
3. apr	Torsdag	Gruppeveiledning Gr. 1	
4. apr	Fredag	Nedreise til Milano	
5. apr	Lørdag		
6. apr	Søndag	Rigging Salone Satellite	Rigging Salone Satellite
Uke 15			
7. apr	Mandag	Rigging Salone Satellite	Rigging Salone Satellite
8. apr	Tirsdag	Salone Satellite	Salone Satellite
9. apr	Onsdag	Salone Satellite	Salone Satellite
10. apr	Torsdag	Salone Satellite	Salone Satellite
11. apr	Fredag	Salone Satellite	Salone Satellite
12. apr	Lørdag	Salone Satellite	Salone Satellite
13. apr	Søndag	Salone Satellite	Salone Satellite - nedrigg
Uke 16			
14. apr	Mandag	Tilbakereise fra Milano	
15. apr	Tirsdag		
16. apr	Onsdag		
17. apr	Torsdag	Skjærtorsdag	
18. apr	Fredag	Langfredag	
19. apr	Lørdag	Påskeaften	
20. apr	Søndag	1. påskedag	
Uke 17			
21. apr	Mandag	2. påskedag	
22. apr	Tirsdag		
23. apr	Onsdag		
24. apr	Torsdag		
25. apr	Fredag		
26. apr	Lørdag		
27. apr	Søndag		
Uke 18			
28. apr	Mandag		
29. apr	Tirsdag		
30. apr	Onsdag		
1. mai	Torsdag	Helligdag	
2. mai	Fredag	Møte om innlevering	
3. mai	Lørdag		
4. mai	Søndag		
Uke 19			
5. mai	Mandag		
6. mai	Tirsdag		
7. mai	Onsdag		
8. mai	Torsdag		
9. mai	Fredag		
10. mai	Lørdag		
11. mai	Søndag		

Uke 11			
10. mar	Mandag		
11. mar	Tirsdag		
12. mar	Onsdag		
13. mar	Torsdag		
14. mar	Fredag		
15. mar	Lørdag		
16. mar	Søndag		
Uke 12			
17. mar	Mandag		
18. mar	Tirsdag		
19. mar	Onsdag		
20. mar	Torsdag		
21. mar	Fredag		
22. mar	Lørdag		
23. mar	Søndag		
Uke 13			
24. mar	Mandag		
25. mar	Tirsdag		
26. mar	Onsdag		
27. mar	Torsdag		
28. mar	Fredag		
29. mar	Lørdag		
30. mar	Søndag		
Uke 14			
31. mar	Mandag		
1. apr	Tirsdag		
2. apr	Onsdag		
3. apr	Torsdag	Gruppeveiledning Gr. 1	
4. apr	Fredag	Nedreise til Milano	
5. apr	Lørdag		
6. apr	Søndag	Rigging Salone Satellite	Rigging Salone Satellite
Uke 15			
7. apr	Mandag	Rigging Salone Satellite	Rigging Salone Satellite
8. apr	Tirsdag	Salone Satellite	Salone Satellite
9. apr	Onsdag	Salone Satellite	Salone Satellite
10. apr	Torsdag	Salone Satellite	Salone Satellite
11. apr	Fredag	Salone Satellite	Salone Satellite
12. apr	Lørdag	Salone Satellite	Salone Satellite
13. apr	Søndag	Salone Satellite	Salone Satellite - nedrigg
Uke 16			
14. apr	Mandag	Tilbakereise fra Milano	
15. apr	Tirsdag		
16. apr	Onsdag		
17. apr	Torsdag	Skjærtorsdag	
18. apr	Fredag	Langfredag	
19. apr	Lørdag	Påskeaften	
20. apr	Søndag	1. påskedag	
Uke 17			
21. apr	Mandag	2. påskedag	
22. apr	Tirsdag		
23. apr	Onsdag		
24. apr	Torsdag		
25. apr	Fredag		
26. apr	Lørdag		
27. apr	Søndag		
Uke 18			
28. apr	Mandag		
29. apr	Tirsdag		
30. apr	Onsdag		
1. mai	Torsdag	Helligdag	
2. mai	Fredag	Møte om innlevering	
3. mai	Lørdag		
4. mai	Søndag		
Uke 19			
5. mai	Mandag		
6. mai	Tirsdag		
7. mai	Onsdag		
8. mai	Torsdag		
9. mai	Fredag		
10. mai	Lørdag		
11. mai	Søndag		

Uke 20			
12. mai	Mandag		
13. mai	Tirsdag		
14. mai	Onsdag		
15. mai	Torsdag		
16. mai	Fredag		
17. mai	Lørdag	Nasjonaldagen	
18. mai	Søndag		
Uke 21			
19. mai	Mandag		
20. mai	Tirsdag		
21. mai	Onsdag	Innlevering Master	
22. mai	Torsdag		
23. mai	Fredag		
24. mai	Lørdag		
25. mai	Søndag		
Uke 22			
26. mai	Mandag	Møte om muntlig	
27. mai	Tirsdag		
28. mai	Onsdag		
29. mai	Torsdag		
30. mai	Fredag		
31. mai	Lørdag		
1. jun	Søndag		
Uke 23			
2. jun	Mandag		
3. jun	Tirsdag		
4. jun	Onsdag		
5. jun	Torsdag		
6. jun	Fredag		
7. jun	Lørdag		
8. jun	Søndag		
Uke 24			
9. jun	Mandag		
10. jun	Tirsdag		
11. jun	Onsdag	Muntlig presentasjon	
12. jun	Torsdag	Muntlig presentasjon	
13. jun	Fredag		
14. jun	Lørdag		
15. jun	Søndag		

Plan / å gjøre

Møte utenfor skolen
I utlandet
I utlandet på messe
Veiledning
Frist
Endelig innlevering og presentasjon
Helg
Helligdag

Prosess

Praktisk del
Dokumentere
Messe og undersøkelser
Forberede presentasjon

Rådata fra Milano

Observasjon Milano

Jeg forsøkte å observere om speilene kunne føre til en form for tilstedeværelse ved Salone Satellite når jeg vendte de inn mot veggen for å danne reflekterende kuler på veggen. Et fåtall av de som nærmet seg speilene virket å ha fått med seg dette. En respondent lurte derimot på om det var lamper, noe som ga en indikasjon på å få med seg objektets påvirkning i omgivelsene. De fleste så derimot til å trekkes mot det blanke materialet, som kråker trekkes mot kråkesølv. Jeg vil komme med en påstand om at Aura speilene må ha vært blant de produktene ved Salone Satellite som ble mest berørt av de besøkende.

Standen rett ovenfor våres stand sto det Japanske designkollektivet Imagine, i løpet av en uke fikk jeg også observert hvordan de besøkende interagerer med deres produkter. Et av deres produkter fikk mye oppmerksomhet under uken. Deres "lysdusj" kunne dimmes ved å skru på en kranen. En dråpe i akryl ledet lyset slik på en vannlignende måte og traff baken under med et kontrollert kaldt lys. Mange ble stående å se på denne, ofte i større grupper. Likevel var det et fåtall av de besøkende som faktisk vridde på kranen, dette gjorde designerne selv. Forståeligheten og den figurative gjenkjenneligheten til lysdusjen virker å ha gjort at produktet har vært forholdsvis selvforklarende. Mine produkter trengte derimot i større grad en forklaring og mange hadde spørsmål. Interaksjonen var i større grad med hendene, de besøkende ville se under og bak.

De besøkende virket å tiltrekkes blanke overflater, farger, lys og bevegelse. Jeg merket at Aura som jeg tenker på som et stille objekt, ikke er så stille av likevel på grunn av sin blanke overflate. Attach var helt klart det objektet som trengte minst forklaring.

Aura

"What is it?"

"Paperholder?"

"It's heavy"

Assosiasjon: Etruschi speechio – etruscan mirror

Circus

"What is it?"

"Is it for make-up?"

"Beautiful"

"I love colors"

"Ahhh!" – når de åpnet fargespekteret.

"So cute" "So sweet"

"I love to have this in my office"

Overraskende få nevnte håndteringen som en svakhet eller utfordring. Forståeligheten av produktet ser derimot til å være en større utfordring. Mye fordi det å sette post-its på høykant ikke virker å være naturlig.

Attach

"How could I adjust the lamp?" Mens hun tok hånden rundt hele skjermen.

"Love the colors, so modern"

"Super cool!"

"How is the shade attached?"

"Is this in production? Where could I buy it?"

"My favorite object at Salone Satellite"