

premsela
.org/



**LENTE/
ZOMER
2009/**

**SPRING/
SUMMER
2009/**



"THE DOMINANT ECONOMIC THEORY OF THE PAST 20 YEARS — A THEORY THAT PUT LIBERTY BEFORE EQUALITY, GAVE MARKETS MORE POWER THAN STATES, AND SAW RISK AS A PUBLIC GOOD THAT SHOULDN'T BE RESTRAINED — IS NOW DEFUNCT."

NOREENA HERZ, 2008

De roep om droedels/

Door Dingeman Kuilman

Premsela begint aan zijn tweede periode van vier jaar. Dat doen we met nieuwe thema's, een nieuwe manier van werken en ook een aantal nieuwe mensen. En met deze vernieuwde brochure, waarin we informatie geven over onze programma's Heritage & History, People's Republic of Design en Designworld.

Deze veranderingen zijn op zichzelf geen verrassing, we hebben ze aangekondigd in ons beleidsplan. Maar wat ons wel verraste, was dat de wereld om ons heen zo snel en zo ingrijpend veranderde. Zo is iedereen er nu wel van overtuigd dat de Salone in Milaan dit jaar, in navolging van de danig afgeslankte mode-week, afstand zal nemen van overdaad en uitbundigheid: minder ontwerpers, minder nieuwe producten, minder journalisten en minder cocktails. De 'showpieces' en 'limited editions' hebben in korte tijd veel van hun glans verloren.

Achteraf bezien hadden we op de Salone van 2007 misschien beter op moeten letten. Studio Job presenteerde toen een monumentale globe, 175 cm in diameter, met een schitterend gekleurde wereld van 450.000 Swarovski-kristallen. Een motortje in de voet liet de globe langzaam draaien. Tenminste — de Swarovski-wereld draaide één dag, toen stokte de motor.

Dit moment symboliseerde een verandering die de Britse econoom Noreena Herz later aanduidde als "de dood van een paradigma". Ze schreef: "De volgende fase van het kapitalisme zal een combinatie zijn van vormen van lokaal beleid met het begrip dat er problemen zijn die we met z'n allen delen, zoals CO₂-emissie. In die fase zullen we proberen om opnieuw vast te stellen wat werkelijk waardevol is, zodat onze kinderen straks niet dezelfde fouten maken als hun ouders, die succes verworren met het kopen van nog een paar Nike-schoenen of een Gucci-tas."

De visie van Herz vraagt om een ander, nieuw wereldbeeld, zoals een Idea Globe. Op Flickr (flickr.com/search/?q=idea+globe) staat de instructie. Neem een oude wereldbol en beschilder hem met schoolbordverf. Wacht tot de verf droog is, neem een krijtje en schrijf, teken, droedel wat je zelf bedenkt. Dat komt in de buurt van het motto van ons beleidsplan, uit een songtekst van Ben Harper: "I can change the world / With my own two hands." Misschien is dat op dit moment de grootste opdracht van design en mode, dat ze, met inzet van al hun vernuft en verbeeldingskracht, laten zien hoe het echt beter kan.

By Dingeman Kuilman

Premsela is embarking on the second four-year period of its existence. We've got new themes, a new way of working and a number of new people, too. And we've overhauled the bulletin, this issue of which contains information about our Heritage & History, People's Republic of Design and Designworld programmes.

In themselves, these changes are no surprise; we announced them in our policy plan. But what has surprised us lately is that the world around us has changed so fast and so radically. Everyone is predicting that this year's Salone in Milan, in line with a slimmed-down fashion week, will distance itself from excess and exuberance, with fewer designers, fewer new products, fewer journalists and fewer cocktails. Showpieces and limited editions have lost their lustre overnight.

In hindsight, we should perhaps have been paying more attention at the Salone of 2007. There, Studio Job exhibited a monumental globe, 175 cm in diameter, featuring a dazzling, colourful world made of 450,000 Swarovski crystals. A motor in the globe's stand made it slowly revolve. For a day, anyway. Then the motor stalled, and the Swarovski world stopped.

That moment symbolised a change that the British economist Noreena Herz identified a few months later as "the death of a paradigm". She wrote: "The next phase of capitalism will combine policies of localisation with an understanding that there are problems we share — such as carbon-dioxide emissions — that cannot be tackled alone. And it will actively seek to redefine what is valuable, so children growing up today do not make the mistakes of this generation in confusing success with the ability to purchase another pair of Nikes or a Gucci bag."

Herz's vision demands a new model of the world. An Idea Globe, perhaps. The instructions can be found on Flickr (flickr.com/search/?q=idea+globe). Take an old globe and cover it with blackboard paint. Let the paint dry, get some chalk, and write, draw, doodle anything you think of. This comes close to the motto of our policy plan, for which we used a snippet of a Ben Harper lyric: "I can change the world / With my own two hands." Perhaps right now that is design and fashion's main task: to use all their ingenuity and imagination to show us how things really can be better.

HERITAGE & HISTORY

Q&A/

Met het programma Heritage & History maakt Premsela het publiek bewust van de waarde van vormgevingserfgoed en de betekenis van vormgevingsgeschiedenis voor onze culturele identiteit. Programmamanager Christine Vroom (vroom@premsela.org) licht dat toe.

Wat zijn de doelstellingen van Heritage & History?

Heritage & History onderstreept de waarde van vormgevingserfgoed en -geschiedenis en stimuleert het behoud en gebruik van vormgevingserfgoed en kennisuitwisseling tussen de betrokken partners. Vanuit dit programma wordt gewerkt aan het vastleggen, bestuderen en leren van het nationale vormgevingsverleden. Een deel zal gericht zijn op internationale promotie en vertegenwoordiging.

Hoe komt het programma tot stand?

Uitgangspunt is ons beleidsplan en de taken en verantwoordelijkheden op het gebied van erfgoed, documentatie en archivering die wij als sectorinstituut hebben. Na een oriëntatiefase worden programmalijnen gedefinieerd. We gaan in gesprek met (potentiële) partners en zullen gezamenlijk verkennen welke noden, wensen en ideeën er zijn en waar de raakvlakken liggen.

Met welke partners gaat Premsela samenwerken?

Erfgoed Nederland, Mondriaan Stichting, NAGO, RKD, NAI, BNO, Meertens Instituut, ReclameArsenaal musea, archiefinstellingen, opleidingen, maar ook ambassades en mediapartners kunnen partners zijn binnen dit programma. Op dit moment sluiten we niemand uit.

Welke projecten uit het verleden zijn representatief?

Dat zijn er veel! Bijvoorbeeld de verkiezing *Het Beste Design van Nederland* die Premsela met het NRC Handelsblad organiseerde voor beeldbepalende ontwerpen voor het imago van Nederlandse vormgeving. Het tijdschrift Morf (morf.nl) geeft vormgevingsgeschiedenis in een actuele setting door aan studenten. En natuurlijk *Visies op Vormgeving*; deze 2-delige bronnenuitgave van Frederike Huygen bundelt een indrukwekkende hoeveelheid teksten en documenten van 1874 tot heden. Tot slot de Werkgroep Archief in Vorm, waarover verderop in deze brochure meer.

Valt er al iets te zeggen over nieuwe projecten?

Er zijn projecten in voorbereiding, die zich voor én achter de schermen zullen afspelen, zoals vervolgstappen na de inhaalslag op het gebied van vormgevingsarchieven. We willen aandacht besteden aan mode, beleidスマtig, maar ook in randprogramma's, bijvoorbeeld rond de expositie van Jan Jansen in Londen. Daarover meer binnenkort online en in de volgende brochure.

Q&A/

Premsela's Heritage & History programme makes the public aware of the value of design heritage and the significance of design history for our cultural identity. Programme Manager Christine Vroom (vroom@premsela.org) explains.

What are the goals of Heritage & History?

Heritage & History underlines the value of design heritage and history and encourages the preservation and use of heritage objects and the exchange of knowledge. We work to record, study and learn from Dutch design history. We'll also focus on international promotion and representation.

How did this programme come about?

The programme's starting point is our policy plan, and the duties and responsibilities with respect to heritage, documentation and archiving that Premsela has as an official industry institute. After an orientation phase, the programme's outlines will be defined. We will embark on conversations with partners and potential partners and explore the needs, desires and ideas that exist and where the points of agreement are.

Which partners will Premsela be working with?

The Netherlands Institute for Heritage, the Mondriaan Foundation, Dutch Archive for Graphic Designers, the Netherlands Institute for Art History, the Netherlands Architecture Institute, the Association of Dutch Designers, the Meertens Institute, the ReclameArsenaal, museums, archival institutions, schools, and also embassies and media organisations could be partners in this programme. We're not excluding anyone at the moment.

Which past projects are representative?

A great many! The contest to choose the works that have most helped to define the image of Dutch design, which we held with (the newspaper) *NRC Handelsblad*. The magazine *Morf* (morf.nl) gives students design history in a contemporary context. And of course, *Visies op Vormgeving*, Frederike Huygen's reference work, brings together an impressive number of texts and documents. Finally, the Archiving Design Working Group, which there's more about in this issue.

Can you tell us about new projects yet?

We're preparing projects to take place both in public and behind the scenes – for instance, the next steps with respect to design archives. We want to draw more attention to fashion, on the policy front but also through activities linked to exhibitions, such as Jan Jansen's London show. More information will be available soon online and in the next bulletin.

Het bewaren waard/

Erfgoed is heel dichtbij. De messenleggers van oma. De casettorecorder op zolder. Maar wat is nou erfgoed en wat niet? En wie bepaalt dat? Hester Dibbits, hoofd van de onderzoeks groep Etnologie van het Meertens Instituut, en Theo Thomassen, directeur van de Reinwardt Academie, over de betekenis der dingen.

Bewaardrift

Hester Dibbits deed, samen met twee promovendi en een groot aantal stagiairs, onderzoek naar het interieur van migranten en hun nakomelingen in Nederland. Wat voor meubels hebben ze? Wat is er meegekomen uit het land van herkomst? Het viel haar op dat veel van de gezinnen die ze bezochten een compleet nieuw interieur aangeschaft hadden. "Door alle vertrekken in een woning te bekijken, kruip je heel dicht op de huid van mensen," vertelt ze. Ze vroegen de geïnterviewden ook naar hun dierbaarste voorwerp en vaak werd dan de televisie genoemd. Dibbits: "Het bleek helemaal niet vanzelfsprekend dat mensen oude spullen koesteren en bewaren."

Theo Thomassen, zelf grenzeloos gefascineerd door alles wat met erfgoed te maken heeft, vindt dat intrigerend. "Zouden wij een beetje raar zijn en een heel gemankeerde relatie hebben met objecten? Ik denk dat onze zucht naar erfgoed heel kenmerkend is voor deze tijd. Wij zetten voorwerpen na twee jaar bij het grof vuil, we verhuizen om de vijf jaar. Dat was vroeger wel anders. De behoefte om herinneringen vast te houden neemt daardoor toe."

Een van de begrippen die bij dit onderzoek, maar ook bij andere onderzoeken van het Meertens Instituut, zoals een stage-onderzoek naar interieurs in Vinexwijken, steeds terugkomt is authenticiteit. "Veel mensen denken: de manier waarop ik mijn huis inricht, is authentiek, ik heb het helemaal zelf bedacht," vertelt Dibbits. "Toch blijkt uit onderzoek dat heel veel mensen hun spullen op dezelfde manier ordenen."

Ordening

Thomassen haalt zijn favoriete filosoof aan. "Foucault zegt dat je een cultuur kunt herkennen aan de manier waarop mensen dingen ordenen. Dat betekent dat je de eigenaardigheden van een andere cultuur moet

Worth preserving/

Heritage is all around us: Grandmother's knife rests, the tape player in the attic. But what exactly is heritage and what isn't? And who decides? Hester Dibbits, head of the Meertens Institute's ethnology research group, and Theo Thomassen, director of the Reinwardt Academy, talk about the meaning of objects.

The urge to preserve

Hester Dibbits, with the help of two PhD students and a number of interns, studied the interiors of immigrants and their descendants in the Netherlands. What kind of furniture did they have? What had they brought with them from their home countries? It struck her that many of the families the researchers visited had purchased entire new interiors. "Looking at all the rooms in a home brings you very close to people," Dibbits says. She also asked the interviewees what their most cherished possession was; many said it was the television. "It turned out people didn't necessarily cherish and preserve old things at all."

Theo Thomassen, who professes an endless fascination with everything that has to do with heritage, says he's intrigued. "Could it be that we're just a bit strange and have a very deficient relationship with objects?" he says. "I think our longing for heritage is very characteristic of our era. We throw everything away after two years; we move every five years. Things used to be different. This is increasing the need to hold onto memories."

Authenticity is a steadily recurring theme in Dibbits' study, as well as others done at the Meertens Instituut, such as one of interiors in prefab Dutch suburbs. "Many people think the way they decorate their houses is authentic - they came up with everything themselves," Dibbits says. "Yet research shows that a great many people arrange things in the same way."

Order

Thomassen cites his favourite philosopher: "Foucault says you can recognise a culture by the way people order things. That means we should look for the particularities of another culture in orderings we don't understand. For heritage professionals, it's a paradox: we want to order things we don't understand in an understandable way. When we do that, we place a layer of meaning over the material."



Zonder kast

Helmut Smits, *Zonder kast* (2003). Materiaal: boeken, televisie, lamp, speakers, platenspeler, videobanden, cd's, lp's, cassettebandjes, ordners, dozen. helmutsmits.nl

Zonder kast

Helmut Smits, *Zonder kast* (2003). Media: books, television, lamp, speakers, record player, videotapes, CDs, LPs, cassette tapes, file folders, boxes. helmutsmits.nl

zoeken in ordeningen die je niet begrijpt. Dat is voor ons erfgoedprofessionals een paradox: wij willen wat we niet begrijpen begrijpelijk ordenen. Zo leggen we een betekenislaag over materiaal heen."

Voertuig van herinneringen

Als directeur van een academie waar mensen worden opgeleid tot erfgoedprofessionals, leert Thomassen zijn studenten dat het erfgoedkarakter van een object wordt bepaald door de betekenis die mensen aan het object hebben toegekend. Hij omschrijft cultureel erfgoed als "alles wat ongeacht zijn oorspronkelijke functie door mensen wordt gebruikt als voertuig van herinneringen aan plaatsen, mensen en tijden". De spullen die op onze zolders staan, lenen zich blijkbaar goed voor dat doel.

"Toen mijn vader overleed," vertelt Thomassen, "wilde ik graag iets tastbaars van hem hebben, als herinnering. Maar wat? In zo'n situatie ga je op zoek naar iets representatiefs. Het kan een gebruiksvoorwerp zijn, maar ook iets wat bijvoorbeeld altijd op dezelfde

Engine of memories

As director of an academy that trains people to be heritage professionals, Thomassen teaches his students that an object's heritage character is determined by the meaning people have assigned to it. He defines cultural heritage as "everything that, regardless of its original function, is used by people as an engine of memories of places, people and times." The things in our attics obviously lend themselves to this purpose.

"When my father died," Thomassen says, "I wanted to have something tangible of his as a memento. But what? In situations like that, you look for something representative. It can be an everyday object, but also something that, for example, was always kept in the same place and has lodged itself deep in your visual memory. I chose a nice letter opener that my father always used. The funny thing is, by taking that letter opener as a memento of my dead father, I have given it a new layer of meaning. Now, when I see the letter opener lying there, I remember that it reminds me of my father."

plek stond, en zich diep genesteld heeft in je visuele geheugen. Ik koos voor een mooie briefopener die mijn vader altijd gebruikte. Het gekke is: doordat ik die briefopener heb meegenomen als herinnering aan mijn overleden vader, ken ik er een nieuwe betekenis aan toe. Als ik de briefopener nu zie liggen, herinnert me dat het mij herinnert aan mijn vader."

Dibbits: "Waarom heeft de ene groep die bewaardrift wel en de andere niet? Je ziet een verschil per sociale klasse, maar ook per cultuur. Het maakt ook uit of je altijd op dezelfde plek blijft wonen of vaak verhuist." Thomassen: "Er moet natuurlijk iets te bewaren zijn. Nomaden hebben een orale cultuur. Ze kunnen geen spullen doorgeven, dus vertellen ze verhalen. Dat is hun cultureel erfgoed."

Wat zeggen de dingen?

Op zijn twaalfde begon Thomassen te graven in zijn familiegeschiedenis. Hij ontdekte dat zijn voorouders in de vierde Engels-Nederlandse oorlog een eigen zaak hadden en failliet gingen, en velen met hen. "Dat komt veel dichterbij dan wanneer je in je geschiedenisboek leest: met de economie ging het slecht in die tijd."

Om het verhaal terug te brengen in de samenleving en in het onderwijs, heeft het Meertens Instituut in 2008 een canon met de kleine 'c', uitgebracht, met vijftig volksverhalen en liedjes uit de alledaagse cultuur. Zouden we de geschiedenis ook kunnen vertellen aan de hand van een 'canon van dingen'? Thomassen: "De geschiedeniscanon gaat over onze nationale geschiedenis. Het is een kapstok waaraan iedereen zijn eigen geschiedenis op kan hangen. Een canon van gebruiksvoorwerpen kan volgens mij niet bestaan, omdat de betekenis van die voorwerpen in eerste instantie door de gebruikers zelf worden bepaald. Een vlaggetje dat op de televisie staat kan er voor de sier staan, maar het is ook een nationaal symbool. Misschien was het een cadeautje van je tante, of stond het bij je oma thuis, of was het een tijdje mode om zo'n vlaggetje te hebben en had iedereen er één. De betekenissen zijn te gelaagd en voor iedereen verschillend."

Dibbits: "Er zijn wel bepaalde alledaagse voorwerpen te verzinnen die de meeste mensen direct in verband brengen met een specifieke periode uit de geschiedenis. Maar ik denk dat je dan al snel bij een stijlgeschiedenis uitkomt, met bijvoorbeeld een zitkuil om de jaren zeventig te duiden. Ik vind het wel een interessante vraag. Welke alledaagse objecten zouden bij de geschiedeniscanon passen? De HEMA-collecties? De trends van een bepaald moment? Design iconen?"

Thomassen denkt hardop: "Tja... design iconen. Heeft iets dat mooi is vormgegeven meer kans om als voertuig van herinneringen te dienen?" Beiden glunderen. Over dat onderwerp zouden ze nog uren kunnen doorpraten.

Sony Walkman TPS-L2

In 1979 geïntroduceerd door Sony. De Walkman is bedacht door Masaru Ibuka, samen met Akio Morita, oprichter van Sony. De uitvinding van een kleine cassette speler, in staat om in stereo af te spelen, ontstond bij toeval door een verbouwde Pressman (Sony's draagbare mono cassette-recorder) vast te maken aan een koptelefoon.

Sony Walkman TPS-L2

Introduced by Sony in 1979, the Walkman was conceived by Masaru Ibuka, with Akio Morita, founder of Sony. The invention of a mini cassette player capable of stereo playback was purely accidental; born from a tweaked Pressman (Sony's monaural portable cassette recorder) and a pair of headphones.

Dibbits says, "Why is it that one group feels this urge to preserve and another doesn't? You see differences between social classes, but also between cultures. It also matters whether you keep living in the same place or move a lot." Thomassen says, "Of course there has to be something to preserve. Nomads have an oral culture. They can't hand down objects, so they tell stories. That's their cultural heritage."

What can things tell us?

At age twelve, Thomassen started digging in his family history. He discovered that his ancestors owned a business during the fourth Anglo-Dutch war and went bankrupt, along with many others. "That hits a lot closer to home than when you read a history book," he says. "Things weren't good with the economy in those days."

In an effort to bring back stories in society and education, in 2008 the Meertens Institute published a canon - with a small 'c' - containing fifty folk tales and songs from everyday Dutch culture. Could we someday recount history through a 'canon of things'? "The historical canon is about our national history," Thomassen says. "It's a coat rack everyone can hang their own history on. In my opinion, there can be no canon of everyday objects, because the meaning of those objects is primarily determined by the users themselves." He adds, "A flag on top of the television can be there as decoration, but it's also a national symbol. Maybe it was a gift from your aunt, or your grandma had it in her house, or it was in fashion for a while to have a flag like that, and everyone had one. The meanings are too layered, and they're different for everyone."

Dibbits says, "You can think of certain everyday objects that most people will immediately connect with a specific period in history. But I think that quickly takes you to a history of style, with, say, sunken living rooms standing for the 1970s. I do think it's an interesting question. Which everyday objects would fit into the historical canon? The HEMA collections? Trends from a certain time? Design icons?"

Thomassen thinks aloud: "Hmm... design icons. Does something that's attractively designed have more of a chance of being remembered?" He and Dibbits beam. On that subject, they could talk for hours.



"ELK WILLEKEURIG OBJECT IS EEN BEVROREN VRACHT SOCIALE VERHOUINGEN. GROEPEN GEBRUIKERS, SOCIALE VERWACHTINGEN, DE WET, DE ECONOMIE, OPVATTINGEN OVER MORALITEIT, DAT ALLES BEPAALT HET LOT VAN EEN VOORWERP."

"EVERY OBJECT IS A FROZEN MASS OF SOCIAL RELATIONSHIPS. GROUPS OF USERS, SOCIAL EXPECTATIONS, THE LAW, THE ECONOMY, AND NOTIONS OF MORALITY, ALL DETERMINE THE FATE OF AN OBJECT."

BRUCE STERLING, INTERVIEW, BRIGHT, DEC 2005/JAN 2006



Archief in Vorm/

Vormgevingsarchieven/
Om de zorg voor vormgevings-
archieven in Nederland te
verbeteren heeft Premsela de
Werkgroep Archief in Vorm in
het leven geroepen, samen
met het Riksarchief voor Kunst-
historische Documentatie
(RKD) en het Nederlands
Architectuurinstituut (NAI).
De werkgroep heeft ervoor ge-
zorgd dat 19 archieven van di-
verse vormgevingsdisciplines -

met financiële steun van de
Mondriaan Stichting - zijn
ondergebracht bij passende
erfgoedinstellingen.

Pastoe/
Geënsceneerde foto van
Jan Versnel voor de Utrechtse
Machinale Stoel en Meubel-
fabriek (UMS) Pastoe. Het af-
gebeelde meubel is onderdeel
van de U+N-serie van Cees
Brakman. De foto komt uit

het archief van Pastoe, dat
binnenkort in zijn geheel
wordt overgebracht naar het
Utrechts Archief. Deze en nog
vele andere afbeeldingen,
o.a. van Ed van der Elsken
en Cas Oorthuys, zullen open-
baar worden. Het Utrechts
Archief stelt afbeeldingen
ook digitaal beschikbaar
op hetutrechtsarchief.nl.

Archiving Design/

Design Archives
To improve the preservation
of design archives in the
Netherlands, Premsela set up
the Archiving Design Working
Group with the Netherlands
Institute for Art History and the
Netherlands Architecture
Institute. The working group
has effected the transfer of nine-
teen archives from a variety of
design disciplines to appropriate
heritage institutions, with

financial support from the
Mondriaan Foundation.
Pastoe
Staged photograph by Jan
Versnel for the Utrechtse
Machinale Stoel en Meubel-
fabriek (UMS) Pastoe. The
piece pictured is part of Cees
Brakman's U+N series. The
photograph comes from
Pastoe's archive, which will
soon be moved in its entirety

to the Utrecht Archives. This
image and many others, by
photographers such as Ed van
der Elsken and Cas Oorthuys,
will be made available to the
public. The Utrecht Archives also
provides images in digital form
at hetutrechtsarchief.nl.

PEOPLE'S REPUBLIC OF DESIGN

Q&A/

Meer dan de helft van de Nederlanders is in zijn vrije tijd bezig met vormgeving. Omgekeerd is een groot deel van de mensen die beroepsmatig actief zijn, niet als vormgever opgeleid.
Roel Klaassen (klaassen@premsela.org), programmamanager, over People's Republic of Design.

Wat zijn de doelstellingen van People's Republic of Design?

In zijn bestseller *Ondergang* laat Jared Diamond zien waarom sommige beschavingen verdwenen en andere niet. Culturen die afgesloten waren van hun omgeving wisten zich uiteindelijk niet te handhaven. Voor een goede ontwikkeling van design en mode is alertheid op veranderingen in de omgeving essentieel. Met People's Republic of Design wil Premsela bijdragen aan de ontwikkeling van design en mode tot open culturele velden.

Hoe komt het programma tot stand?

Design en mode maken zichtbaar deel uit van populaire cultuur en bewegen zich tussen kunst, amusement en folklore. De opkomst van 'de amateur' is voor mij dan ook geen échte verrassing. Hij was er altijd al, maar wordt meer zichtbaar. 'Do it yourself' is inmiddels zó gemeengoed geworden dat producenten en marketingbureaus allerlei mogelijkheden ontwikkelen om deze manier van ontwerpen te faciliteren. Dit, maar ook de betekeniseconomie, culturele identiteit en mondialisering zijn belangrijke thema's binnen People's Republic of Design.

Met welke partners gaat Premsela samenwerken?

Voor de hand liggende partners voor dit programma in Nederland zijn Mediamatic, Platform21, Streetlab, Utrecht Manifest, Virtueel Platform en Waag Society. Verder lijkt het ons interessant met buitenlandse instellingen als het Britse Design Council, Eyebeam in New York of het Viktoria Institute in Gothenburg samen te gaan werken.

Welke projecten uit het verleden zijn representatief?
De tweede Premselalezing, 'Retrodesign or Populism' (2005), waarin architectursocioloog Werner Sewing inging op cultureel populisme. Een ander voorbeeld is Streetlab. Wat begon met interesse voor straatmode en jongercultuur is – in samenwerking met Cultuurfabriek – uitgegroeid tot een belangrijk platform voor straatcultuur.

Welke projecten staan er op stapel?

Op dit moment zijn we met het Fablab (fablab.nl) een project aan het ontwikkelen op het raakvlak van open technologie en design.

Q&A/

More than half of the Dutch population designs things in their free time. Meanwhile, a substantial number of professional designers have no training in the field. Programme Manager Roel Klaassen (klaassen@premsela.org) talks about the People's Republic of Design.

What are the goals of the People's Republic of Design?

In his bestselling book *Collapse*, Jared Diamond explains why some civilisations disappear and others don't. Cultures that were closed off from their surroundings ultimately didn't make it. Alertness to changes in the surrounding world is essential for the proper evolution of design and fashion. With the People's Republic of Design, Premsela seeks to help design and fashion develop into open cultural fields.

How did this programme come about?

Design and fashion are visible parts of popular culture and are situated between art, entertainment and folklore. So the rise of the 'amateur' is not really a surprise to me. It was always already there; it's just becoming more visible. DIY has now become such a household word that producers and marketing agencies are developing all kinds of ways of facilitating this way of designing. This, the symbolic economy, cultural identity and globalisation are important themes for the People's Republic of Design.

Which partners will Premsela be working with?

Natural partners for this programme in the Netherlands would be Mediamatic, Platform21, Streetlab, Utrecht Manifest, Virtueel Platform and Waag Society. We would also be interested in working with foreign institutions like the Design Council in Britain, Eyebeam in New York, and the Viktoria Institute in Gothenburg, Sweden.

Which past projects are representative?

The second Premsela Lecture in 2005, 'Retro Design or Populism', in which the architectural sociologist Werner Sewing talked about cultural populism. And Streetlab is another example. With the collaboration of Cultuurfabriek, what started as an interest in street fashion and youth culture has grown into an important platform for street culture.

What projects are in the works?

Right now, we're developing a project around the intersection of open technology and design with FabLab (fablab.nl).

Puur amateurisme/

Door Gert Staal

Puur amateurisme... Het werk van een amateur... Een amateuristische poging... De betekenis van het woord is ver verwijderd geraakt van zijn oorsprong: het Griekse woord voor liefde. Toch gebruikte de Amerikaanse filantroop Paul Mellon juist dat begrip toen hij in 1992 zijn memoires publiceerde. Als groot verzamelaar van beeldende kunst, als fokker van renpaarden en als welfdoener noemde hij zichzelf een 'amateur' die ten volle van al die verschillende rollen had genoten.

In de volksmond is de amateur van liefhebber verworden tot prutser. Aandoenlijk misschien, maar niet adequaat. Gemotiveerd, maar zonder oog voor kwaliteit. Dat beeld heeft de professionele wereld met kracht gevoed: je werkt niet om te genieten; de professional geniet van wat het werk uiteindelijk oplevert. Bak intussen gerust uw eigen pot meneer, schilder de Oostenrijkse Alpen van links en van rechts, bouw een kippenhok, naai uw eigen kleding. Maar verwarring die bezigheden niet met het vak. U zit in de zaal en kijkt hooguit de kunst af. De geheimen van de professie zijn voorbehouden aan de ingewijden: zij die via de artistenengang komen en gaan.

Het hoort bij de cultuur van professionalisering die de laatste 40 jaar heeft gedomineerd, dat we de inspanningen van de vrijtijdsmusicus, de ontwerpen van een ongeschoold tuinarchitect als onbetekenend beschouwen. Intussen heeft de financiële crisis de sluiers van het professionele handelen weggetrokken. De professional is ontmaskerd als een rekenaar die zich op de korte termijn concentreert en gewin boven waarde stelt. Het vak – bankier, belegger, fabrikant, ontwerper – is zozeer in zijn eigen mythe van professionalisering gaan geloven dat het de essentie van het amateurisme vergat: het onbaatzuchtige zoeken naar de intrinsieke betekenis van een activiteit, naar vakmanschap zonder applaus en uren zonder tarief. De beurt is aan u, liefhebbers. Vermijd de banken. Vergeet de beurs. Maar behoed de ontwerper voor de sneeuwblindheid die zijn professionaliteit vroeg of laat veroorzaakt.

Pure amateurism/

By Gert Staal

Pure amateurism. The work of an amateur. An amateurish attempt. The meaning of the word has become far removed from its root: the Greek word for love. Yet this was the term the American philanthropist Paul Mellon chose to use when he published his memoirs in 1992. A great collector of fine art, a breeder of racehorses and a benefactor, he referred to himself as an 'amateur' who had enjoyed all his different roles to the full.

Colloquially, the amateur has degenerated from an enthusiast into a bumbler. Endearing, perhaps, but inadequate. Motivated, but with no sense of quality. The professional world has encouraged this image. We don't work because we enjoy it; what professionals enjoy is the eventual fruits of their labour. Feel free to fire a pot, paint the Austrian Alps from different angles, build a chicken coop, sew your own clothes. But don't confuse those activities with serious work. Art is something you sit in the audience and look at, at most. The secrets of the profession are the preserve of the initiates, the people who come and go by the artists' entrance.

It's part of the culture of professionalisation that has dominated the last 40 years that we regard the efforts of the weekend musician or the designs of an unschooled landscape architect as meaningless. Meanwhile, the financial crisis has pulled the veil off professional activity. The professional has been unmasked as a calculator who focuses on the short term and places profit above value. The professions – banking, investment, manufacturing, design – have come to believe so deeply in their own myth of professionalisation that they have forgotten the essence of amateurism: the selfless search for an activity's intrinsic meaning, for expertise without applause and hours without pay. Enthusiasts: it's your turn. Avoid the banks. Forget the markets. But protect the designers from the snowblindness their professionalism will cause, sooner or later.

Streetlab

Een Streetlab event in Meneer de Wit, tijdens de Amsterdam International Fashion Week, januari 2008. Foto: Woes van Haafzen.

Streetlab

A Streetlab event at Meneer de Wit during Amsterdam International Fashion Week, January 2008. Photo: Woes van Haafzen.

**"ALL MEN ARE DESIGNERS.
ALL THAT WE DO, ALMOST ALL OF THE TIME,
IS DESIGN, FOR DESIGN IS
BASIC TO ALL HUMAN ACTIVITY."**

VICTOR PAPANEK, 1971



De culturele elite op scherp/

De amateur staat centraal in het programma People's Republic of Design. Roel Klaassen, programmamanager bij Premsela, sprak met Erik Kessels, creatief directeur van reclamebureau KesselsKramer, over de verrijkende rol van 'de liefhebber' in het culturele moden designveld.

Amateurisme bloeit op wanneer de kwaliteit van beroepsopleidingen en het idee van de individuele vormgever als genie onder druk staan. En dat is precies wat er op het moment in Nederland aan de hand is.

Eén op de zes Nederlanders besteedt maandelijks tijd aan het interieur, één op de tien maakt kleren, één op de twaalf doet aan grafische vormgeving en één op de twintig maakt meubels. Gedreven door passie geven ze uiting aan hun creativiteit en hun identiteit. Deze 'liefhebberij', geringschattend 'amateurisme' genoemd, vindt Premsela een belangrijke vorm van cultuurparticipatie.

Op scherp

De beeldproductie is veel interessanter geworden, toen iedereen een digitale camera kocht en zijn foto's ging publiceren op internet. Maar ook design en mode worden steeds meer open culturele velden, dat een impuls krijgt doordat professionals en amateurs op elkaar reageren. Of, zoals Erik Kessels het zegt: "De culturele elite wordt door de amateurs op scherp gezet. Als de professionals niet op het puntje van hun stoel gaan zitten, worden ze van links en rechts ingehaald." Erik heeft als Artist in Residence aan de Academie van Bouwkunst lezingen georganiseerd en workshops gegeven, waar hij studenten aan het werk zette in voor hen onbekende disciplines. Daar stond niet het eindresultaat maar de weg er naartoe centraal. "Als jij naar Waddinxveen wilt, toets je het adres in en even later ben je er. Van de reis zelf kun je je amper iets herinneren. Terwijl het bewust bewandelen van een weg, en het onderweg keuzes maken, heel waardevol is." Kessels bracht in samenwerking met de academie het boek *Amateurism* uit; een overzicht van de resultaten van de workshop en bijbehorende tentoonstelling.

Keeping the cultural elite on its toes/

Amateurs are at the heart of Premsela's People's Republic of Design project. Programme manager Roel Klaassen talked to Erik Kessels, creative director of the advertising agency KesselsKramer, about the enriching role of the amateur in the field of fashion and design.

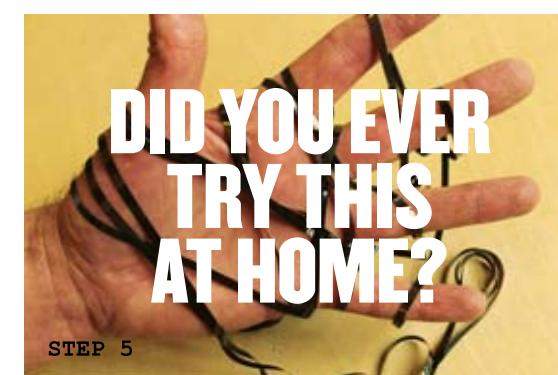
Amateurism blossoms when the quality of professional education and the idea of the individual designer as a genius are challenged. And this is exactly what's happening right now in the Netherlands.

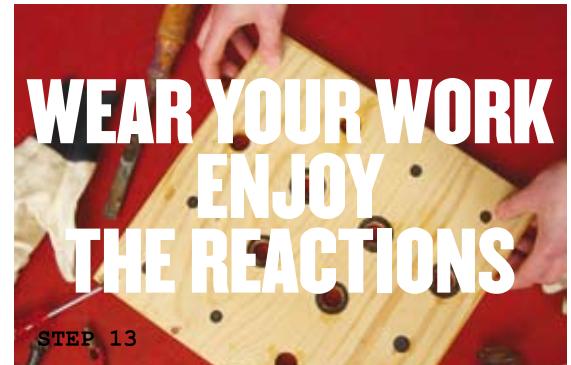
One in six Dutch people spends time on the interior of his or her home every month, one in ten makes clothes, one in twelve engages in graphic design, and one in twenty builds furniture. Driven by passion, these people express their creativity and identity. Premsela regards these enthusiasms – disparagingly referred to as amateurism – as important forms of cultural participation.

A run for their money

Once everyone bought a digital camera and published their photographs on the Internet, image production got a lot more interesting. Now design and fashion, too, are becoming increasingly open cultural fields, which are being energised as professionals and amateurs respond to each other. As Erik Kessels puts it, "The amateurs are giving the cultural elite a run for their money. If the professionals don't stay on their toes, they'll be overtaken left and right."

As Artist in Residence at the Amsterdam Academy of Architecture, Kessels has organised lectures and given workshops in which he put students to work in unfamiliar disciplines. What was important wasn't the final result but the process of getting there. "If you want to go to Waddinxveen, you type in the address and soon you're there," he says. "You can hardly remember anything about the trip itself. But consciously travelling down a road and making choices along the way is very valuable." Kessels and the academy published a book, *Amateurism*, containing an overview of the results of the workshop and the accompanying exhibition.





Fouten maken

Kessels blikte terug op de jaren tachtig, waarin projectontwikkelaars ineens aan architecten vroegen om ook het interieur van hun gebouwen te verzorgen. Stoelen ontwerpen, dus. "De architecten vonden het heel leuk, maar hadden er eigenlijk geen kaas van gegeten. Het resultaat was stoelen die weliswaar niet volgens de regels geconstrueerd waren, maar wel ontzettend interessant waren. Bovendien werden de fabrikanten op scherp gesteld, want die moesten zorgen dat die stoelen geproduceerd werden."

Wie creëert vanuit passie, heeft niet te maken met de sleur die zich aandient als je dag in, dag uit ergens mee bezig bent. Amateurs worden niet gehinderd door kennis. Ze hebben geen notie van regels en kunnen zich daardoor vrij bewegen en fouten maken, die ze zelf niet als fouten zien. Kessels: "Vakmanschap is heel belangrijk, maar fouten maken ook. Het werk dat gemaakt is vanuit naïeve passie is daarom vaak interessanter dan het werk van specialisten."

Moeten we bang zijn voor een teloorgang van de kwaliteit, als amateurs de boel overnemen, waar criticus Andrew Keen* voor waarschuwt? Kessels denkt van niet. "Integendeel. Veel vormgevers zijn alleen maar met buitenkant bezig, met het bedenken van een mooie verpakking. Met de middelen van tegenwoordig is dat niet meer zo moeilijk. Om zich staande te kunnen blijven houden, zullen vormgevers verder moeten gaan dan dat. Ze zullen visie moeten ontwikkelen en revolutionaire ideeën moeten bedenken."

"Ik kan het allemaal gaan doen"

Zelf stort Kessels zich nu en dan ook graag in een nieuwe discipline, om zichzelf wat passie te injecteren. "Ik vind het geweldig aan deze tijd, dat dat kan. Tentoonstellingen maken, voor televisie werken, een boek uitgeven, korte films maken: in principe kan ik het allemaal gaan doen. Ook al ben ik geen specialist. Neem iemand als Frank Tjepkema. Hij is productvormgever, maar werkt af en toe ook met Kessels-Kramer mee aan een campagne, of hij maakt ineens een kunstwerk. Wanneer specialisten worden bijgestaan door mensen die ergens heel onbevangen in staan en de standaard werkwijze verstoren, kan dat heel goede dingen opleveren."

Handleiding

Voorgaande pagina's:
handleiding 'Hoe wordt je amateur', van Roelof Mulder.

* "The monkeys take over. Say goodbye to today's experts and cultural gatekeepers - our reporters, news anchors, editors, music companies, and Hollywood movie studios. In today's cult of the amateur, the monkeys are running the show." Andrew Keen, *The Cult of the Amateur*, 2007

Making mistakes

Kessels recalls the 1980s, when property developers suddenly asked architects to design the interiors of their buildings as well. That meant designing chairs. "The architects liked this a lot, but they really didn't know anything about it," he says. "The result was chairs that were not built according to the rules, it's true, but were nevertheless extremely interesting. It also kept the manufacturers on their toes, because they had to make sure those chairs were produced."

Those who create out of passion don't have to confront the repetition that ensues when you do something day in and day out. Amateurs are unhampered by knowledge. They have no notion of rules and can therefore move freely and make mistakes, which they don't even regard as such. "Craftsmanship is very important, but so is making mistakes," Kessels says. "That's why work that's created out of naive passion is often more interesting than the work of specialists."

Should we fear a decline in quality if amateurs take over, as critic Andrew Keen* warns us we should? Kessels doubts it. "On the contrary," he says. "A lot of designers are only concerned with exteriors, coming up with nice packaging. With today's tools, that's not so hard anymore. To stay afloat, designers will have to go further than that. They'll have to develop vision and come up with revolutionary ideas."

"I can do it all"

Kessels likes to throw himself into a new discipline every now and then, to inject himself with a bit of passion. "That's what I think is great about the present, that you can do that," he says. "Making exhibitions, working in television, publishing a book, making short films: in principle, I can do it all, even though I'm not a specialist. Look at someone like Frank Tjepkema. He's a product designer, but he also works with KesselsKramer on a campaign now and then, or he'll suddenly make a piece of art. When specialists get help from people who don't have any preconceived notions about things and disrupt the standard way of working, it can lead to really good things."

Instructable

Previous pages: instructable 'How to Become an Amateur', by Roelof Mulder.

*The monkeys take over. Say goodbye to today's experts and cultural gatekeepers - our reporters, news anchors, editors, music companies, and Hollywood movie studios. In today's cult of the amateur, the monkeys are running the show." Andrew Keen, *The Cult of the Amateur*, 2007

DESIGN WORLD

Q&A/

Met het programma Designworld wil Premseala de openheid van het culturele designklimaat van Nederland vergroten. Dingeman Kuilman (kuilman@premsela.org) vertelt hoe. Vanaf 1 mei wordt Tim Vermeulen als programmamanager verantwoordelijk voor de ontwikkeling van Designworld. Hij werkte eerder als projectmanager en organisator voor het NAI, Utrecht Manifest en het ontwerpbureau Solar Initiative.

Wat zijn de doelstellingen van Designworld?

We willen een impuls geven aan internationale oriëntatie, uitwisseling en netwerkvorming, de discussie over culturele identiteit voeden en bijdragen aan de reputatie van Nederland als design- en modeland.

Hoe komt het programma tot stand?

We maken een conceptplan dat we bespreken met deskundigen en potentiële partners. Daarna bepalen we de hoofdlijnen voor de komende vier jaar.

Met wie gaat Premseala samenwerken?

We zitten al met belangrijke Nederlandse partners, zoals BNO en NAI, in de regiegroep DutchDFA. We zijn nog op zoek naar andere partners, zoals musea, festivals en opleidingen, en aan buitenlandse zusterorganisaties zoals de Britse Design Council of de Deense organisatie INDEX.

Welke projecten uit het verleden zijn representatief?

We gaan door met ons internationale bezoekersprogramma, waarin we jaarlijks zo'n tien buitenlandse gasten laten kennismaken met design en mode in Nederland. We bouwen verder aan de positie van Design.nl als internationale informatiebron. Net als in de afgelopen jaren organiseren we persevents in Milaan en Tokio. De succesvolle tournee van de tentoonstelling *Golden Age: Highlights of Dutch Graphic Design (1890-1990)* smaakt ook naar meer. Blijkbaar is er in het buitenland veel belangstelling voor ons rijke design- en modeverleden.

Welke projecten staan er op stapel?

Het nieuwe bezoekersprogramma is al van start gegaan met Sang-kyu Kim van de Korea Design Foundation en Ramon Prat van Disseny Hub in Barcelona als onze eerste gasten. In Milaan organiseren we opnieuw het Premseala Design Forum, dit keer naar aanleiding van *Platform21 = Repairing*. Met creatief strateeg en schrijver Scott Burnham werken we aan het omvangrijke project Design TRUST (zie pagina 24-28). Het is de bedoeling om een inhoudelijke bijdrage te leveren aan internationale evenementen, zoals de Arnhem Mode Biënnale en Utrecht Manifest.

Q&A/

Premseala seeks to increase the openness of the Netherlands' cultural climate for design through the Designworld project. New Programme Manager Tim Vermeulen will take responsibility for its development from 1 May. Vermeulen previously worked for the Netherlands Architecture Institute (NAI), Utrecht Manifest and the design firm Solar Initiative. Premseala's Managing Director Dingeman Kuilman (kuilman@premsela.org) elaborates on the project.

What are the goals of Designworld?

We want to encourage an international orientation, international exchange and network formation; feed the discussion around cultural identity; and contribute to the Netherlands' reputation as a design and fashion country.

How is the programme coming about?

We are drafting a plan and discussing it with experts and potential partners. We will then determine its main points for the next four years.

Which partners will Premseala be working with?

We already have important Dutch partners, like the Association of Dutch Designers and the NAI, in the Dutch DFA steering group. We're still looking for other partners, such as museums, festivals and academies, and foreign sister organisations, like the UK's Design Council and the Danish organisation INDEX:.

Which past projects are representative?

We continue to operate our international visitors' programme, in which we invite around ten foreign guests each year to come to the Netherlands to get acquainted with design and fashion. We continue to build Design.nl's position as an international information source. We are holding press events in Milan and Tokyo, as in previous years. The successful tour of the exhibition *Golden Age: Highlights of Dutch Graphic Design (1890-1990)* also calls out for a follow-up. It is evident that there is great interest abroad in our rich design and fashion history.

What projects are in the works?

This year's visitors' programme has already begun, with Sang-kyu Kim of the Korea Design Foundation and Ramon Prat of Disseny Hub Barcelona as our first guests. We are again organising the Premseala Design Forum in Milan, this time with a theme inspired by *Platform21 = Repairing*. And we're working on the extensive project Design TRUST (see pp. 24-28) with the creative strategist and writer Scott Burnham. Our intention is to make a substantial contribution to international events, like the Arnhem Fashion Biennale and Utrecht Manifest.

De wereld volgens Premsela/

Legenda/

● Tentoostellingen,
beurspresentaties
2003-2008

● Gasten Internationaal
Bezoekersprogramma
2003-2008

● Streetlab
2008

● Dutch Room by Droog
2003; details:
[droog.com/
creativeagency/
cafe-dutch-room-for-
premsela-foundation-
for-dutch-design/](http://droog.com/creativeagency/cafe-dutch-room-for-premsela-foundation-for-dutch-design/)

● Land

● Water

Legend/

● Exhibitions and
trade fair shows
2003-2008

● Guests, International
Visitors' Programme
2003-2008

● Streetlab
2008

● Dutch Room by Droog
2003; details:
[droog.com/
creativeagency/
cafe-dutch-room-for-
premsela-foundation-
for-dutch-design/](http://droog.com/creativeagency/cafe-dutch-room-for-premsela-foundation-for-dutch-design/)

● Land

● Water

The world according to Premsela/



Omdat we de aarde niet in zijn geheel kunnen zien (ook niet vanaf de maan), moeten we haar projecteren om een wereldkaart te maken. Ons cartografische wereldbeeld is voornamelijk bepaald door de Mercator-projectie, maar

er bestaan daarnaast hele andere varianten, zoals de myriahedrale projecties. Hierbij wordt de globe opgedeeld in een groot aantal facetten, opengesneden en vervolgens uitgevouwen. Dit geeft een wereldkaart

met veel onderbrekingen maar vrijwel zonder vervorming. Het ligt voor de hand om niet dwars door continenten te snijden, maar het vermijden van oceanen geeft een verrassend ander beeld van de wereld.

De myriahedrale projecties zijn uitgedacht door Jack van Wijk, hoogleraar visualisatie aan de Technische Universiteit Eindhoven.

Zie ook www.win.tue.nl/~vanwijk/myriahedral/

Since we cannot see the earth as a whole (not even from the moon), in order to map it we must project it. We owe our cartographical image of the world mainly to the Mercator projection, but very different variations also exist.

In myriahedral projections, for instance, the globe is divided up into a large number of facets, then cut apart and unfolded. The result is a map of the world with many interruptions but almost no distortion. Avoiding cutting straight

across continents is an obvious choice – but doing the same with oceans yields a surprising new view of the world.

Myriahedral projections are the invention of Jack van Wijk, a professor of visualisation at the Eindhoven University of Technology.

Also see www.win.tue.nl/~vanwijk/myriahedral/.

这是一场危机——不仅是信贷危机，更是诚信危机。

英国首相 **GORDON BROWN 2009** 达沃斯论坛

“THIS IS A CRISIS
—
NOT ONLY OF CREDIT,
BUT A CRISIS
OF TRUST.”

UK PRIME MINISTER GORDON BROWN, DAVOS, 2009

设计 诚信 /

撰文 Scott Burnham

这场席卷全国甚至全世界的经济、政治和文化危机可以归结为一个核心问题——诚信的危机。诚信是一个复杂的观念——树立诚信十分困难，而毁掉它却易如反掌。这是一个隐晦的概念，而对我们的社会、经济和个人生活却至关重要。有时候诚信似乎只是一种情感，一种安慰，然而我们生活中的这种脆弱元素却担负着沉重的经济责任，因为如果一个社会的诚信度下降，那么随之下滑的就是它的经济繁荣。这就是我们目前面临的状态。

诚信一词在商业和交易沟通中已经是广泛使用的元素，几乎成为一件隐形产品。无数公司承诺“你可以信赖的食品”，即使这种食品确实很少被新闻披露有危险；财务公司承诺“你可以信赖的财务指南”，而最近的历史数据已经证明了其可信度；即使是 Barack Obama 一举成功的选举也建立在“你可以信任的改变”的核心承诺上，现在人们正翘首等待这一天到来。是的，诚信在市场领域如此活跃和有效，但问题是它通常在广告和标语之外寿命不长。

那么诚信的是如何构成的？你可以设计诚信么？你可以相信设计么？Premsela 正在着手一个为期两年的项目，讨论设计与诚信之间的关系和机遇。这个项目被称为“设计诚信”——它一方面是行动的号召，另一方面是我们社会生产和服务赖以复苏和长久维持的重要元素和驱动力的代名词。研究表明进步的历程要求个人和机构做到：

- 设计真实性 Truth
- 设计相关性 Relevance
- 设计理解力 Understanding
- 设计永续性 Sustainability
- 设计透明度 Transparency

设计在传统上为社会和文化使命所驱动，它强调设计在我们生活中的作用而非利益最大化的工具。但是随着历史的发展，设计为人们需要服务的遗传密码被加入了市场的DNA，突然间成为邪恶的孪生兄弟，“为需要而创造”仅仅是设计的组成部分了。对于著名美国平面设计师 Milton Glaser 而言，好的设计某种程度上意味着好的生意——现在是拉回“设计”与“好”一词关系的时候了。如 Glaser 在“我所明白的 10 件事”一文中所说：“有意思的是，在 AIGA 设计协会发布的新章程里有很多与客户和其它设计师礼尚往来的实用信息，但对设计师与公众的关系却只字未提。我们指望一个屠夫卖给我们好肉，当然他别呈错了货……我们能有限度地接收上错货，比如汉堡包里面多塞了肥肉，但是一旦屠夫故意卖给我们臭肉我们掉头就走。作为设计师，我们对公众应当承担的责任比一个屠夫还少吗？”在这个背景之下“设计诚信”项目启动了。“设计诚信”的初衷是探索如何重建设计中的诚信度，并且在这个过程中

Design TRUST/

By Scott Burnham

The majority of the crises crippling national and international economies, the environment, politics and culture can be distilled to a central problem: a crisis of trust. Trust is a complex notion. It is incredibly difficult to build, yet very easy to destroy. It is an elusive concept, yet an absolutely essential element in our communal, economic and personal lives. At times, trust can feel almost like an emotion, a form of comfort, yet this fragile element of our lives carries a heavy economic burden, for as a society's trust declines, so does its economic prosperity. This is where we are today.

The word ‘trust’ itself has become such a ubiquitous element of business and commercial communication that it has become an almost invisible commodity. Numerous companies promise food you can trust even as food scares hover menacingly in the news. Financial services promise financial guidance you can trust, yet recent history has proven the worth of that claim. And even Barack Obama’s wildly successful campaign was built on the core promise of change you can trust, and people are now waiting anxiously to see if he will deliver. Yes, trust is alive and well in the marketing world, but the problem is that it usually doesn’t survive for long outside promotional text and slogans.

So what are the ingredients of trust? Can you design trust? Can you trust design? Premsela is embarking on a two-year mission to explore the relationships and opportunities within design and trust. The programme will operate as Design TRUST – a name serving as both a call for action and an acronym of essential ingredients and drivers for the needed recovery and future durability of society’s products and services. Research has shown that the path forward requires individuals and organisations to:

- Design Truth,
- Design Relevance,
- Design Understanding,
- Design Sustainability, and
- Design Transparency.

Design has a tradition of being driven by social and cultural responsibility, of being aware of its role in our lives beyond being a vehicle for maximising profit. Along its historical journey, however, design’s genetic code of serving our needs seems to have been mixed with some marketing DNA. The creation of the need became part of design, and the response to that perceived need

在英国，Icesave 银行一向标榜自己“卓尔不群”。但是当冰岛银行全面崩溃而国际客户无法从它们的基金提款时，Icesave 英国分行通过网站宣布：“我们目前不受理任何存款和提款的业务……我们希望尽快给您提供进一步的信息。”在网络上的空头许诺所赢得的些许诚信远比真的付诸行动来的容易。摄影：IceSave网站由Tom Spender 提供，《我被拯救》由Roel ter Voort 提供



In the UK, Icesave marketed itself as the bank with a "clear difference". When Iceland's banking crisis hit, international customers were locked out of their funds. The Icesave UK website announced: "We are

not currently processing any deposits or any withdrawal requests... We hope to provide you with more information shortly." The implied trust gained through ultimately empty claims of transparency was far

easier to state on the website than it was to put into practice when the time came. Photo's: IceSave website, courtesy of Tom Spender, 'I am Saved by The Dutch Government', courtesy of Roel ter Voort.

最终设计诚信本身。在一个因我们的服务、产品和机构都缺乏诚信而厌腻的世界里，除了剥离诚信与设计的关系、回到基本因素来重建它们，别无他法。“设计诚信”采用的机制是：把注意力集中在设计的真实性、相关性、理解力、永续性和透明性的核心涵义上。

设计真实性

英国的一句俗语抓住了传统上设计和沟通中真实性的要义。当一项产品、服务甚至有时候像一个人宣称做某件事或有某项技能并且毫不复杂的完成之后，人们会嘉以口碑：“这件事是按印在锡铁上说的那么做的”。设计中的真实性看起来是行业中的信条，但现在却尤其稀缺。不能再这样下去了。设计相关性如前所述，设计在某种程度上已经不再回应那种乐于与创造相关性机制为伍的相关性。全球经济衰退带来有价值的迹象之一就是社会重拾与人们日常生活重要元素的关系，同时摒弃旁骛。我们对什么与需求有关、什么产品直接回应了需求心知肚明。设计应当与我们在这里相遇。

设计理解力

我们周围史无前例地泛滥着帮助理解世界的工具。互联网是重要的催化剂，买一张DVD，“幕后故事”和“片花”也是你电影体验的重要部分。打开电视，你会了解从警察到赛马骑手所有人的内幕消息。理解已经是我们文化经验的重要线索，然而在设计领域却乏善可陈。为了改变我们与产品和服务的关系，我们必须对它们有深度的理解力。改变已是箭在弦上，一些像MAKE这样的组织发布了“制造者权益”宣言，号召公司把它们的产品做得更开放和灵活，便于消费者修

its evil twin. To paraphrase famed American graphic designer Milton Glaser, at some point good design came to mean good business – and now it's time to restore design's relationship with the word 'good'. As Glaser said in his essay "10 Things I Have Learned": It's interesting to observe that in the new AIGA's code of ethics there is a significant amount of useful information about appropriate behaviour towards clients and other designers, but not a word about a designer's relationship to the public. We expect a butcher to sell us eatable meat and that he doesn't misrepresent his wares... We can accept certain kinds of misrepresentation, such as fudging about the amount of fat in his hamburger, but once a butcher knowingly sells us spoiled meat we go elsewhere. As a designer, do we have less responsibility to our public than a butcher?"

It is in this context that Design TRUST is launched. Design TRUST is an initiative to explore how to renew our trust in design, and ultimately how trust itself can be designed in the process. In a world so jaded by a lack of trust in its services, products and institutions, there is no route left but to strip trust and its relationship to design down to its ingredients and rebuild it. The mechanism Design TRUST has chosen is to focus on designing with Truth, Relevance, Understanding, Sustainability, and Transparency at the core of it all.

理和重新制作。“如果它能关上，也应该也能打开”就是行动号召之一，另外还有“螺丝比胶水强”，诸如此类。如果我们想信任某些事情，必须先理解它。让我们开始这个过程吧。

设计永续性

永续性和诚信亲如兄弟。如果一个公司宣称它的产品、服务或者改变生活方式的推荐是永续发展的，那只是为了赢得信任。如果一个人在零售、消费和生活方式上自有主张，希望购买或完成X而不是Y，这是一种相信他决策正确的行为。永续设计是一个日渐重要的主张。“设计诚信”致力于让迅速增加的永续观念脱离市场宣传而进入健康的机制。

设计透明性

当人们意识到数码技术过于强势令人与人密切合作改变世界变得艰难的时候，破解技术就产生了。从黑客文化中发展出“开放资源”行动，让透明性成为改变的途径，从所有技术中脱颖而出，造就开放体系中与众不同的诚信观。甚至一度令人望而却步的金融服务体系也迫于第三方公共系统的压力开始填补透明性和诚信的空白。用户驱动金融服务网如mint.com、wesabe.com和其他供应商开始踊跃创造在机构组织层面还不存在的透明性、相关性和理解力。在这里，透明性是由金融系统的使用者在整个网络范围进行的，而不是由控制网络服务的个体来进行。

Design Truth

The British have a saying that harks back to a tradition of truth in design and communication. Whenever a product, service or even a person makes a claim to action, function or performance and fulfils it without complication, they are complimented with the words "It does what it says on the tin." Truth in design may seem the most obvious tenant of the discipline, yet it has become the most absent. This cannot continue.

Design Relevance

As I have mentioned, at some point design stopped responding to relevance in favour of being part of the mechanism of creating relevance. One of the few silver linings to the global economic meltdown is that society is regaining a relationship with the essential elements of our daily lives and forgoing most else. We know what is relevant to our needs and which products respond directly to them. Design needs to meet us here.

Design Understanding

We are awash in vehicles for understanding the world as never before. The Internet is the obvious catalyst. Or purchase any DVD and a behind-the-scenes making-of feature is sure to be part of your filmic experience.



在为设计中的诚信而构建的“设计诚信”机制里，透明性是所有要素的粘着剂。通过开放的对话、合作、协作网站和通信，我们可以与电码和平相处。对于文化全球化的担忧已经被更广泛的全球危机所盖过。但是正如常言道，危机与机遇并存。除了重建我们与产品、服务和信息设计的关系，重构人们的信任感，我们别无选择。全球化也许是空泛和虚无的，但诚信却是个体和地域性的。这正是我们出发的地方。

撰文 Scott Burnham

作为策展人、作家和创意总监，Scott Burnham 致力于对当代艺术边缘地带和城市周边破败地区的研究和探讨。他策划了 Droog Design 在 2008 阿姆斯特丹实验设计双年展中的展览“城市表演”。2005 年，他被评为英国年度最具影响力的人物之一，现生活于伦敦。他目前负责荷兰设计与时尚平台 Premsela 的设计信托基金项目。

Scott Burnham
Curator, writer and creative director Scott Burnham investigates the margins of contemporary culture and the frayed edges of the city. He curated Droog Design's event Urban Play, part of Experimental Design Amsterdam, in 2008. He lives in London and was named one of the 100 most influential people in Britain in 2005. He is working on the Design Trust project for Premsela.

Turn to television and you'll find yourself inside the 'reality' of everyone from the police to horse-racing jockeys. Understanding has become the thread of our cultural experience, yet it is poorly represented in the design world. To transform our relationship with products and services, we must have a depth of understanding of them. Change is afoot. For instance, the Make organisation issued a *Maker's Bill of Rights* calling on companies to make their products open and accessible to repair and reworking by consumers. "If it snaps shut, it shall snap open" is one call to action, along with "screws are better than glues." If we want to trust something, we have to understand it. Let's start building that into the process.

Design Sustainability

Sustainability and trust are inseparable siblings. The mere claim by a company that its products, services, or suggested lifestyle changes are sustainable is a request for trust to be granted. When people subscribe to a different mindset in retail, consumption and lifestyle – purchase or do X instead of Y – it is an act of trust that they are making the right decision. Sustainable design is a growing initiative of paramount importance. Design TRUST wants to ensure that the growing claims to sustainability make it out of the marketing departments in good health.

Design Transparency

When individuals felt that digital technology was too powerful an agent of control and change to be left in the hands of closed corporations, hacking was born. Out of hacking culture came the open source movement, making transparency a vehicle for change throughout all of technology and instilling a unique sense of trust in its open systems. Even the once-sacred systems of financial services are being forced open by third-party public ones to fill the void of transparency and trust in the financial services industry. A host of user-driven finance sites such as mint.com and wesabe.com are springing up to create a layer of transparency, relevance and understanding that does not exist at the organisational level. Here, transparency is being designed by the users of the financial system across the services rather than at the control of individual services.

In all Design TRUST's mechanisms for trust in design, transparency is the glue that holds everything together. Through open dialogue, collaborations, wikis and access, we will live by the code as well. Concerns about globalisation of culture have given way to a broader globalisation of crisis. Yet as the saying goes, within crisis there is opportunity. We have no choice but to rebuild our relationship with the design of our products, services and information, and to renew our sense of trust within it all. Globalisation may be large and intangible, but trust is personal and local. This is where we begin.



Platform21 = Repairing

13 March – 30 August 2009

Check our programme with weekly updates at Platform21.nl

Stop recycling. Start repairing.

Agenda/

KIJK VOOR DE
ACTUELE AGENDA OP
PREMSELA.ORG
OF MELD JE AAN
VOOR ONZE DIGITALE
NIEUWSBRIEF.

Calendar/

FOR CALENDAR
UPDATES, VISIT
PREMSELA.ORG
OR SIGN UP
FOR OUR EMAIL
NEWSLETTER.

T/M ZONDAG 3 MEI/ BINNEN/BUITEN

De tentoonstelling van Nederlandse vormgeving voor interieur en openbare ruimte is te zien in Fundación Pedro Barrié de la Maza in Vigo, Spanje.

VRIJDAG 13 MAART —

MAANDAG 31 AUGUSTUS/
PLATFORM21 = REPAIRING
Platform21 = Repairing viert repareren als het nieuwe recycelen. Geef producten een tweede leven en repareer ze!

MAANDAG 30 MAART — WOENSDAG 1 APRIL/

INTERNATIONAAL
BEZOEKERSPROGRAMMA:
RAMON PRAT
Ramon Prat is directeur van het nieuwe designmuseum in Barcelona, Disseny Hub Barcelona.

WOENSDAG 01 APRIL/ PREMSELALEZING

'DAEIN ALS DESIGN'
Henk Oosterling geeft de vijfde Premselalezing. Locatie is het Koninklijk Instituut voor de Tropen in Amsterdam.

VRIJDAG 3 APRIL —

ZONDAG 31 MEI/
GOLDEN AGE WARSCHAU
De tentoonstelling *Golden Age: Highlights of Dutch Graphic Design (1890-1990)* is te zien in het Wilanow Poster Museum in Warschau, Polen.

MAANDAG 6 APRIL /

MORF 10
Morf, het tijdschrift voor studenten vormgeving, heeft een nieuwe hoofdredacteur: Timo de Rijk. In april verschijnt 'zijn' eerste nummer.

DINSdag 8 APRIL — VRIJDAG 10 APRIL/

INTERNATIONAAL
BEZOEKERSPROGRAMMA:
POLEN
De Poolse journalisten Grzegorz Sowula (van de krant *Rzeczpospolita*) en Jacek Mrowczyk (van het designblad *2+3D*) komen naar Nederland, omdat *Golden Age* in hun land te zien is.

VRIJDAG 10 APRIL/

DESIGN.NL MOBIEL
Design.nl presenteert een online gids voor bezoekers aan de *Milan Design Week*, die ook met de mobiele telefoon te gebruiken is.

WOENSDAG 22 APRIL/

PREMSELA DESIGN FORUM
Premsela organiseert voor pers en genodigden tijdens de *Milan Design Week* naar aanleiding van *Platform21 = Repairing* een paneldiscussie over de waarde van repareren.

MEI/

DESIGNHISTORY.NL
De Stichting Designgeschiedenis Nederland presenteert zijn website met artikelen over designgeschiedenis en recensies van boeken en tentoonstellingen.

JUNI/JULI

RE-SHAPING THE SYSTEM
Tijdens de Arnhem Mode Biënnale 2009 organiseert Premsela met partners het symposium *Re-shaping the System*.

DONDERDAG, 4 JUNI — ZONDAG 30 AUGUSTUS/

GOLDEN AGE BRNO
De tentoonstelling *Golden Age: Highlights of Dutch Graphic Design (1890-1990)* is te zien in de Moravian Gallery in Brno, Tsjechië.

THROUGH SUNDAY 3 MAY/ BINNEN/BUITEN

The exhibition of Dutch design for interiors and public space is on view at Fundación Pedro Barrié de la Maza in Vigo, Spain.

DINSdag 13 MARCH —

FRIDAY 31 AUGUST/
PLATFORM21 = REPAIRING
Platform21 = Repairing celebrates mending as the new recycling. Fix a product and grant it a second life!

MONDAY 30 MARCH —

WEDNESDAY 1 APRIL/
INTERNATIONAL VISITORS'
PROGRAMME: RAMON PRAT
Ramon Prat is the director of Barcelona's new design museum, Disseny Hub Barcelona.

WEDNESDAY 1 APRIL/

PREMSELA DESIGN FORUM
During *Milan Design Week* Premsela will hold a panel discussion for press and invited guests on the value of repairing things, in conjunction with *Platform21 = Repairing*.

FRIDAY 3 APRIL —

SUNDAY 31 MAY /
GOLDEN AGE: WARSAW
The exhibition *Golden Age: Highlights of Dutch Graphic Design (1890-1990)* is on view in the Wilanow Poster Museum in Warsaw, Poland.

MONDAY 6 APRIL /

MORF 10
Morf, the magazine for design students, unveils its first issue under new editor Timo de Rijk.

THURSDAY, 4 JUNE —

SUNDAY 30 AUG /
GOLDEN AGE: BRNO
The exhibition *Golden Age: Highlights of Dutch Graphic Design (1890-1990)* moves to the Moravian Gallery in Brno, Czech Republic.

Contact/



Elephantiasis

Voor Platform21 = Hacking IKEA maakte ontwerper Daan van den Berg de MERRICK.
Hij maakte een 3D-scan van het IKEA-lampje **LAMPAN** (€ 2,50), en besmette het digitale bestand met het door hem zelf ontwikkelde **Elephantiasis**-virus. Vervolgens werd het 'besmette' bestand weer omgezet in een tastbaar product met behulp van een 3D-printer. Omdat het virus steeds tot nieuwe vervormingen leidt, is elke lamp die op deze manier wordt geprint anders en uniek. Zie ook platform21.nl/page/3915/nl. Foto: Maarten Willemstein.

Elephantiasis

Designer Daan van den Berg made **MERRICK** for *Platform21 = Hacking IKEA*. He created a 3D scan of the IKEA lamp **LAMPAN** (€ 2,50) and then infected the digital file with **Elephantiasis**, a virus he developed himself. The infected file was then converted into a concrete product again using a 3D printer. Since the virus causes a different deformation every time, each lamp made in this way is unique. Also see platform21.nl/page/3915/nl. Photo: Maarten Willemstein.

Contact/

Over ons/
Premsela, Dutch Platform for Design and Fashion, werkt sinds 2002 aan de verbetering van het culturele designklimaat in Nederland. Dat doen we door middel van lezingen, debatten, tentoonstellingen onderzoek en publicaties, in binnen- en buitenland. De komende jaren voert Premsela meerjarige programma's uit op het gebied van erfgoed en geschiedenis, mondialisering en amateurisme. Premsela is de uitgever van *Morf* (*morf.nl*), het grootste designtijdschrift van Nederland, en van de internationale portal *Design.nl*.

Nieuwsbrief/
Wil je nieuws over onze programma's en activiteiten ontvangen? Meld je dan aan op premsela.org/nieuwsbrief en ontvang tien keer per jaar onze digitale nieuwsbrief.

Contact/
Postbus 75905
1070 AX Amsterdam
Nederland
Tel: +020 344 9449
Fax: +020 344 9443
info@premsela.org
premsela.org

About us/
Premsela, Dutch Platform for Design and Fashion, has been working since 2002 to improve the cultural climate for design in the Netherlands. We do this through the production of lectures, debates, exhibitions, research and publications in the Netherlands and abroad. In the coming years, Premsela will carry out multiyear programmes in the areas of design heritage and history, globalisation, and amateurism. Premsela is the publisher of *Morf* (*morf.nl*), the Netherlands' largest design magazine, and the international portal *Design.nl*.

Newsletter/
Would you like to stay informed of our programmes and activities? Fill in the form at premsela.org/newsletter to receive our email newsletter ten times a year.

Contact/
PO Box 75905
1070 AX Amsterdam
The Netherlands
Tel: +31(0)20 344 9449
Fax: +31(0)20 344 9443
info@premsela.org
premsela.org

Funding/
Dutch Ministry of Education, Culture and Science; City of Amsterdam

Editors/
Aart Helder, Christine Vroom, Annette Geerts (corrections), Elsbeth Grievink elsbethgrievink.nl

Vertalingen/
Laura Martz, Keru Feng

Editorial design/

Robin Uleman

robinuleman.nl

Druk/
Mart Spruijt

Oplage/
17.000

ISSN/

1874-4605

Printing/
Mart Spruijt

Circulation/

17,000

ISSN/

1874-4605



Rough-and-Ready Chair,
© Tord Boontje, 1998/
Red Blue Chair, © Gerrit Thomas
Rietveld, (1918-1923) c/o
Pictoright Amsterdam 2009

Shapeable /

A chair is simply something for sitting on, you might say. And of course you'd be right. But a chair is also a statement by the designer about how things, and our perception of those things, can be shaped. The physical realisation of a designer's vision about the everyday activity of sitting. And because every designer has a different vision, there are countless different chair designs. Take the *Red Blue Chair* of Gerrit Rietveld and the *Rough-and-Ready Chair* of Tord Boontje: two generations, two visions. Premsela is keen to bring different generations of designers into contact with

each other. Through *Morf*, for example, where students come across traditional and new ideas about design. Ideas that both inspire and encourage reflection. Helping them to develop their own ideas about shaping a better world and the role of the designer in that process.

Premsela works to improve the cultural design climate in the Netherlands. Find out more at premsela.org.

premsela
.org/