

Bachelorprojekt
Digital Design 5. Semester
Arts, Aarhus Universitet

Pirrende, transcenderende og motiverende: en betragtning af inspirationsprocessen i design

Af:
Oskar Falkenberg Buhl-Holmkjær (202108153)
Victor Rasmussen (202106029)

Antal tegn: 54.993
04-01-2024
Vejleder: Christian Dindler

Abstract

Inspiration is essential to any design process and is often an underappreciated part of the design practice. We set out to better understand how designers work with inspiration in practice, as we wish to clarify the definition of inspiration and the domain terminology. We focus on where designers obtain inspiration, with focus on how conceptually far the sources of inspiration are from the domain of the design object. To get insights of the designers' inspiration process, we conducted semi-structured interviews with four design interns inspired by critical incident technique (CIT) to construct our interview questions. Furthermore we used Braun & Clarke's thematic analysis to identify themes in the interviews. The three most prominent themes were: "Domains", "Surroundings", and "Personal Perspectives". From our findings we constructed a framework which is based on Thrash & Elliot's three characteristics of inspiration: *evocation*, *transcendence*, and *motivation*. The framework is meant as a guideline for designers to be critical towards their inspiration process and their surroundings (e.g. corporate structure or stakeholders), and enabling the designer to make conscious choices about their inspiration process for their benefit.

Indholdsfortegnelse

Indledning	2
<i>Relateret arbejde</i>	<i>2</i>
Metode	3
Redegørelse	5
<i>Hvad er inspiration?</i>	<i>5</i>
<i>Domæner</i>	<i>6</i>
<i>Associationsteori</i>	<i>8</i>
Analyse af indsigter	9
<i>Tema 1: Domæner</i>	<i>10</i>
<i>Tema 2: Omgivelser</i>	<i>13</i>
<i>Tema 3: Personlige perspektiver</i>	<i>15</i>
Diskussion	16
<i>Framework</i>	<i>17</i>
Konklusion	21
Litteraturliste	23

Indledning

Inspiration oplever vi alle i vores dagligdag, om det er i form af hvilket outfit, man skal tage på, eller hvad man skal have til aftensmad. Vi reflekterer ikke specielt meget over, når vi får inspiration, det er oftere manglen på inspiration, der gør sig til kende, og som kan være frustrerende. Hos designere er inspiration essentiel og nøglen til design. Alt design har sine rødder i noget eksisterende, og design er dermed sammensætningen af de kvaliteter, som designeren finder ved sin omverden. Vi er interesserede i at forstå betydningen af, hvor designeren henter sin inspiration fra, og hvad det har af betydning for resultatet af designprocessen. Vi er nysgerrige på, om introduktionen af en inspirationskilde konceptuelt langt fra designobjektet, kan bringe helt nye perspektiver eller nytænkende elementer ind i et design. Derfor vil vi undersøge; *Hvordan designere i erhvervslivet benytter inspiration i praksis?* For at blive klogere på dette vil vi redegøre for, hvad inspiration er, hvad vi betegner som domæne-termer, samt hvordan associationsteori forholder sig til inspiration. Derefter benytter vi denne teori til at analysere fire interviews med designpraktikanter over temaerne; “domæner”, “omgivelser” og “personlige perspektiver”. Vi håber at blive klogere på, hvordan interviewpersonerne benytter og opfatter fjerntliggende inspirationskilder. I sidste afsnit vil vi, på baggrund af tre karaktertræk af inspiration, konceptualiseret af Thrash og Elliot (2003), skabe et framework, som en opfordring til designere om at være opmærksomme på sin inspirationsproces.

Relateret arbejde

Forskning indenfor inspiration har været plaget af nogle udfordringer som blandt andet indebærer: manglende klarhed om definitionen af inspiration (Oleynick et al., 2014). Thrash & Elliot har skrevet: *“Inspiration as a Psychological Construct”*, som konceptualiserer inspiration med tre kendetegn, med det formål at skabe en samlet betegnelse for inspiration gældende på tværs af domæner (Oleynick et al., 2014). Indenfor inspirationsforskning undersøger flere også ideen om, at mere fjerntliggende inspirationskilder kan have kvaliteter i forhold til at skabe innovative spring (*innovative leaps*) (Christensen & Ball, 2016). Joel Chan et al. har skrevet: *“Do the best design ideas (really) come from conceptually distant sources of inspiration?”*, der konkluderer, at studiet ikke finder bevis for, at de bedste idéer kommer ved udelukkende brug af inspirationskilder langt væk. Artiklen: *“Semantically Far Inspirations Considered Harmful? Accounting for Cognitive States in Collaborative Ideation”* af Joel Chan et al. forholder sig til brugen af fjerntliggende inspirationskilder og fjerntliggende ideer

introduceret af andre i kollaborative idegenerering. De konkludere, at fjerntliggende kilder og ideer forstyrrer idegenereringsprocessen, og der ikke er nogle fordele ved at benytte fjerntliggende kilder. Chan et al.'s forskning er imponerende dybdegående, men det undersøgte område er meget snævert, og det siger i virkeligheden ikke særlig meget om inspirationskilder i en bredere forstand. Andre forskere har også nævnt, hvordan fjerntliggende inspirations sjældent bliver brugt kollaborativt (Christensen & Ball, 2016; Franke et al., 2013), fordi inspiration er subjektivt, specielt fjerntliggende inspiration drager på subjektive associationer. Derfor håber vi på, at forskningen fremadrettet forholder sig til subjektiviteten af inspiration.

Metode

Vi besluttede os for at benytte et semistruktureret interview, da vi ønsker at have fleksibilitet i vores samtale. Hermed kan vi under interviewet få indsigter, som kan give mulighed for opfølgende spørgsmål og inddrage nye forståelser af fænomenet midt i interviewet (Kvale, 1996, s. 100). Med denne tilgang har vi desuden et fænomenologisk perspektiv, da vi er åbne for deltagernes oplevelser og deres livsverden (Kvale, 1996). Gennem oplevelsen af deres egen sandhed, træder vi ind i interviewpersonernes livsverden med deres subjektive forståelse af verden, hvilket giver os et mere nuanceret billede på emnet. Deres perspektiv bidrager til samtalen og til vores forståelse af samtaleemnerne. Det værdifulde for os, er at lære om interviewpersonernes subjektive holdninger og erfaringer i erhvervslivets kontekst med deres akademiske baggrund. (Zahavi, 2018). En ulempe ved fænomenologiske interviews kan være, at de er åbne og ustrukturerede. Dette efterspurgte vi, dog oplevede vi, at nogle emner ikke blev dækket, da interviewpersonen tog samtalen i andre retninger. Vi har valgt at se dette som en styrke, da resultatet gav os indsigter, som vi ikke havde forudset. Vi har en eksplorativ tilgang til vores interviews, hvor vi vil forsøge at undgå en bestemt tankegang eller pålægge interviewpersonerne bias, så de så vidt muligt kan omtale deres inspiration subjektivt. Med inspiration fra Critical Incident Technique (CIT) vil vi forsøge at dykke ned i signifikante designhændelser, der bliver udgangspunkt for vores samtale. Dette håber vi medfører en umiddelbarhed i, hvordan interviewpersoner kan beskrive specifikke øjeblikke, som kan vise sig at indeholde rige personlige perspektiver (Serrat, 2017, s.1078). Vi håber, at disse kritiske hændelser kan lede til refleksion over deres designpraksis, og lede videre ind i en samtale, som mere generelt beskriver deres syn på inspiration og domæner i deres designpraksis. Det er vigtigt at understrege, at CIT hovedsageligt er udviklet til organisatorisk brug (Butterfield et

al., 2005), med et fokus på at kunne udbedre systemet ved at undersøge individets kritiske hændelser (Flanagan, 1954). Vi håber på, at disse specifikke hændelser bliver springbrættet ind i samtalen om inspiration og domæner. En klar fordel ved at tage afsæt i disse signifikante hændelser er, at vi som forskere har mulighed for at indsnævre inspiration til nogle hændelser. Samtidig giver vi interviewpersonerne agens til at udvælge situationer, som de mener er signifikante for spørgsmålet (Chell & Pittaway, 1998, s. 26). Vi er klar over, at en fare ved at bruge CIT i interviews kan være, at indsigter herfra ikke nødvendigvis er repræsentative for hverdagsbrug af inspiration (Rosala, 2020). Dette oplevede vi havde en negativ påvirkning i form af, at interviewpersonerne forsøgte at fortælle om nogle ekstreme eller imponerende hændelser, selv da vi spurgte ind til deres inspirationsproces helt generelt.

Samtidig kræver CIT at deltagerne kan genkalde minderne af disse kritiske hændelser, hvilket kan forringe dataindsamlingen (Rosala, 2020), dette forsøgte vi at modarbejde ved at bede deltagerne om at tænke på to tidligere projekter, som de kunne forberede inden interviewet. I løbet af vores interviews har vi været åbne for at inkorporere og spørge ind til nye perspektiver, som vi har fået gennem andre interviews, på denne måde har der været en udvikling gennem vores interviews.

Vi har foretaget interviews med 4 studiepraktikanter, som beskæftiger sig med UI/UX-design. For at analysere disse kvalitative data, har vi valgt at benytte tematisk analyse af Braun og Clarke (2006). Med valget af tematisk analyse som metode skaber vi gennemsigtighed i, hvordan vi er kommet frem til vores temaer og resultater, og hvordan vi har behandlet vores interviews. Vi har valgt en induktiv tilgang, også kaldet bottom-up, hvor vi eksplorativt analyserer vores data uden et forbehold for vores problemformulering. På denne måde kan vi identificere temaer, som muligvis ligger uden for vores sigte, men som potentielt kan være vigtige indsigter uanset. For yderligere at undgå bias, har vi derfor valgt ikke at engagere os med relevant litteratur før begyndelsen af analysen. Dette giver mulighed for at undersøge temaer, der muligvis ligger uden for vores indledende udgangspunkt. Vi er klar over, at vi ikke kan befri os selv fra en teoretisk bias, men med dette i mente har vi forsøgt at lade interviewpersonernes perspektiver fylde mest muligt. Vi har fokuseret på latente temaer, hvor vi organiserer den kvalitative data ud fra en fortolkning og teoretisering af deltagernes udtalelser, og ikke blot en semantisk analyse af de ord de har brugt (Braun & Clarke, 2006).

Redegørelse

Dette afsnit vil ikke være et forsøg på at kortlægge en række strategier for inspirationssøgning. I stedet vil afsnittet fokusere på, hvad inspiration er, og hvordan inspiration er vigtigt for en designproces. Derefter gennemgås domæne-termet, og hvordan dette relaterer sig til analogi inden for design. Sidst bringes de to forrige afsnit sammen i et afsnit om associationsteori.

Hvad er inspiration?

I alle designprocesser går inspirationsprocessen forud for det endelige design. Eckert og Stacey (2000) formulerer inspirationens rolle således: *“Almost all design proceeds by transforming, combining and adapting elements of previous designs, as well as elements and aspects of other objects, images and phenomena.”* (Eckert & Stacey, 2000, s. 524). Dette citat beskriver, hvordan alt design går igennem nogle processer, måden vi læser dette, er en beskrivelse af, hvad inspirationskilder essentielt er. Dette forhold mellem: *“transforming, combining and adapting”*, beskriver måden designeren bearbejder inspirationskilder. På trods af at det er svært at lave en klar kortlægning af inspirationsprocessen, har den en central rolle i design. For en lang række designs, ville designere kunne fortælle om det pivotale øjeblik, hvor de blev inspireret. Mennesker der kreerer har længe argumenteret for at inspiration har en nøglerolle i kreativitet (Oleynick et al., 2014). Inspiration forholder sig ikke kun til design, men i en lang række professioner, hvor individer skal skabe noget ‘nyt’, her spiller inspiration en essentiel rolle, hvad enten det må være musikere, arkitekter eller malere. I undersøgelser af inspiration bør det defineres, hvordan man forholder sig til inspiration, for konkret at kunne identificere forskellige elementer i inspirationsprocessen. Ved at identificere faser i en inspirationsproces giver det mulighed for at analysere og forstå vigtige pejlemærker.

I vores opgave forholder vi os primært til Thrash & Elliot’s (2004) beskrivelse af inspiration som opdelt i to komponenter, der er tæt forbundet, men med modstridende effekt: at blive inspireret ‘af’ og at blive inspireret ‘til’. Inspireret ‘af’ forholder sig til de eksterne elementer, som en designer kan blive inspireret af. Det vil sige, at designeren møder et stimulerende objekt, som indeholder en følelsesmæssig værdi, påvirkningskraft eller på anden måde er inciterende for designeren. Dette vil vi referere til som inspirationskilder. Inspireret ‘til’ omhandler designerens motivation og villighed til at viderebringe objektets kvaliteter, hvilket vil sige at designeren besidder en agens til at udvælge. Dette vil vi referere til som inspiration.

Thrash & Elliot (2003) har konceptualiseret tre karaktertræk ved inspiration: karakteriseret som værende *pirrende* (oversat: evocative), *transcenderende* og *motiverende*. (Oleynick et al., 2014) *Pirrende* forholder sig til, hvordan designeren ufrivilligt bliver pirret i begyndelsen af sin inspiration. Oleynick et al.(2014) beskriver, hvordan dette sker ved introduktionen af et "*stimulerende objekt*", denne betegnelse mener vi er misvisende, da dette "objekt" i realiteten kan være hvad som helst, dvs. designeren kan blive pirret af minder, følelser osv. der umiddelbart ikke betegnes som objekter. Derfor refererer vi til "*stimulerende objekt*" som "*stimuli*". *Transcenderende* forholder sig til at komme på ideer, der opleves af individet som bedre eller ophøjet over de ideer, som personen intentionelt ville kunne komme på (Thrash & Elliot, 2003). *Motiverende* forholder sig til individets lyst til at aktualisere denne nye ide. Denne konceptualisering betyder, at inspiration ikke skal ses som kilden på kreative ideer, men som et motiveret respons til inspirationskilder (Biskjaer et al., 2020). Inspiration er ledet mellem det *pirrende* og aktualiseringen: "*inspiration is posited to serve a unique approach function: it motivates the transmission or expression of the newly appreciated qualities of the evoking object (Thrash and Elliot, 2004; Thrash et al., 2010b). Inspiration thus serves the role of a mediator in a statistical sense.*"(Oleynick et al., 2014). Oleynick beskriver, hvordan "*the evoking object*", eller inspirationskilden, katalyserer en oplevelse, hvor individet oplever en appel ved inspirationskilden, der får personen til at bevæge sig kognitivt videre fra det *pirrende* objekt til inspirationen. Inspirationen bliver processen af at omsætte de værdsatte værdier, hvor individet på baggrund af inspirationen er motiveret til at skabe eller udtrykke noget ud fra denne oplevelse. Denne konceptualisering lægger grund for vores opfattelse af inspiration i denne opgave. Thrash & Elliot's konceptualisering er domæne-generel, og er derfor gældende for alle domæner, hvor tidligere inspirationskonceptualiseringer typisk forholder sig domænespecifikt. Konceptualisering er derfor brugbar i det henseende, at det er et forsøg på at skabe et fælles akademisk grundlag for forståelsen af inspiration (Oleynick et al., 2014).

Domæner

Vi undersøger, hvordan fjerntliggende domæner påvirker designerens designproces. Hvad mener vi med fjerntliggende domæner? Forestil dig, at en arkitekt skal designe en ny bygning: Arkitekten kan beskæftige sig med inspirationskilder, der ligger tæt på domænet, ved at undersøge andre bygningskonstruktioner og -designs. En anden tilgang til at søge inspiration kunne være at søge inspiration i naturen eller poesi, hvilket ville være fjerntliggende

inspirationskilder, da både modaliteten samt domænet har stor distance til designobjektets domæne. Vi definerer inspirationskildens domæne ud fra et spektrum, hvor den kognitive og tidsmæssige belastning stiger i grad med distancen mellem domænet der designes i, og domænet inspirationen kommer fra (Chan et al., 2014). Følgende afsnit vil forsøge at uddybe vores definition af domæne-termet på baggrund af teori om *design analogier*.

Design analogi kan generelt beskrives som en lighed i relationer. Det vil sige, at hvis man designer en knap på en hjemmeside, og benytter online-ressourcer for at kigge på andre knapper, er denne abstrakte distance kort, da de individuelle forhold mellem de to knapper er relativt ens. Analogi-begrebets oprindelse fra matematikken, beskriver analogi som en lighed mellem matematiske forhold f.eks. forskellen i det forhold, der kan være mellem punkterne A & B og to andre punkter C & D. Her har punkterne de samme forhold imellem sig, men A ville ikke kunne have samme forhold til C, det samme for B og D. (Leclercq & Heylighen, 2002). Indenfor analogi begrebet skelnes der mellem *between & within domains*, der tilskriver, om designet og inspirationen hentes i samme eller i forskellige domæner (Leclercq & Heylighen, 2002). Forskning i analogi kommer til udtryk ved *analogical thinking*, som omhandler, hvordan en designer kan omsætte viden fra en *analogous source* til at løse et problem i *target domain* (Franke et al., 2013). Det er vigtigt at understrege, at analogi bruges til at beskrive analogiske forskelle mellem to forhold, og *analogical thinking* undersøger designerens praksis, i forhold til at omsætte viden på tværs af analogiske forskelle (Franke et al., 2013).

Vi definerer domæne-termet som et paraplybegreb, der kan anvendes i forbindelse med, hvordan det der designes, og hvor inspirationen hentes, er positioneret i forhold til hinanden. Dette inkluderer, hvordan *analogical thinking* bruges til at kortlægge, hvordan designeren bearbejder og overkommer denne abstrakte distance på baggrund af den analogiske forskel mellem de to domæner. Vi antager, at forskelle i domæner også betyder en analogisk forskel. Dette betyder, at hvis der hentes inspiration i fjerntliggende domæner, vil det være et domæne, hvor der er stor forskel på de indbyrdes forhold. Derfor vil det kræve, at designeren bruger betydelige *cognitive effort* (Chan et al., 2015) ved brug af *analogical thinking*, på at omsætte viden på tværs af domæner, for at skabe et meningsfuldt resultat.

Associationsteori

Associationsteori er relevant at afdække, da evnen til at associere, samt at dygtiggøre sig i at associere, er helt essentielt for hvilken som helst designpraksis (Cai et al., 2010, s. 147). Mednick beskriver dette således: *“Generally, any condition or state of the organism which will tend to bring the requisite associative elements into ideational contiguity will increase the probability and speed of a creative solution.”* (Mednick, 1962, s. 221). Ifølge associationsteori, kan man analysere et individs evne til at associere vha. “associative hierarchy”, der beskriver i hvor høj grad, man er i stand til at associere langt væk fra *stimuli*. Det er vigtigt at understrege, at “langt væk” ikke hentyder til, at forbindelsen fra stimuli bliver brudt, men at individet skaber et væv af associationer, der er stærkt forbundet, som ender langt væk fra udgangspunktet (stimuli). *Stimuli* kan forstås som tilsvarende: *“the evoking object”* (r.e. Hvad er inspiration?). Mednick argumenterer for, at evnen til at organisere sine associationer vil påvirke sandsynligheden og hastigheden af at komme frem til en kreativ løsning. Dette definerer Mednick som et brugbart produkt som resultat af en inspirationsproces. Et individ med mange og prompte associationer karakteriseres ved at have et “steep hierarchy”, hvor sandsynligheden for at individet finder frem til en kreativ løsning er mindre. Et individ, som reagerer på stimuli langsommere og med færre associationer tæt forbundet, karakteriseres ved at have et “flat hierarchy”, her er sandsynligheden høj, for at individet finder frem til en kreativ løsning. Dog udelukker et “steep hierarchy” ikke et kreativt individ, hvis individet afviger fra de gængse associationer. Eksempelvis hvis individet får associationer til en motorcykel ud fra et bord som stimuli, hvor den gængse association kunne være en stol. Ifølge Mednick, er det et individ med et “flat hierarchy”, der i højere grad vil kunne designe i flere forskellige kreative retninger (Mednick, 1962). Det tager lang tid at bearbejde inspirationskilder fra domæner langt væk, da designeren skal finde frem til et eller flere elementer i inspirationen, som giver designeren relevante associationer. Dette understøttes af Chan et al.: *“To successfully use far sources, designers must spend considerable cognitive effort to ignore irrelevant surface details, attend to potentially insightful structural similarities, and adapt the source to the target context.”* (Chan et al., 2014, s. 3). Som Mednick argumenterer, er der en tidsmæssig belastning ved at associere længere væk fra stimuli, der ofte er forbundet med, at designeren har et “flat hierarchy”. Denne tidsmæssige associationsproces sammenlignes med termet *“cognitive effort”* brugt af Chan et al. (2015), som bliver et paraplybegreb for alle de kognitive processer, der foregår hos designeren, for at adaptere kilden til formålets kontekst.

For designeren er det nødvendigt at kunne associere langt væk fra stimuli, for at nå ud til fjerntliggende domæner. En designer med et “flat hierarchy” ville kunne bevæge sig langt ud fra stimuli, og lade sig inspirere af fjerntliggende domæner, hvor man, vha. analogical-thinking, skal være i stand til at kunne finde tilbage til designobjektet/udgangspunktet: *“The greater the number of instances in which an individual has solved problems with given materials in a certain manner, the less is the likelihood of his attaining a creative solution using these materials. Such an individual will “know the meaning” of the elements of the subject matter. That is, he will have a steep associative hierarchy around these elements.”* (Mednick, 1962, s. 223-224). Mednick argumenterer for, at ved arbejdet med samme metoder/materialer gentagende gange, vil resultere i, at designeren kan udvikle et “steep hierarchy”. Dette relaterer sig også til inspirationskilder og deres domæner som materiale. Arbejdet med samme domæner kan føre til et “steep hierarchy”, hvor sandsynligheden for at resultatet er en kreativ løsning er lavere. Det er her, vi mener, at fjerntliggende domæners potentiale er specielt relevant, samt et potentiale for at være kritisk overfor sin tilgang, som designer, og sine begrænsninger af, hvor man søger inspiration fra.

Dette afsnit lægger grund for vores terminologi for resten af opgaven, og vi vil i kommende afsnit analysere interviews med henblik på, hvor interviewpersonerne søger inspiration og hvordan omgivelserne påvirker dem.

Analyse af indsigter

De fire interviewpersoner har bidraget med hvert deres unikke perspektiv på inspirationsprocesser i deres designpraksis. Vi har identificeret tre primære temaer, der forgrener sig dybt i hinanden. Den røde tråd mellem hvert tema er, hvordan innovationsgraden er afhængig og påvirkes af inspirationsprocessen, stakeholder og virksomhedsstruktur, samt hvilken type af designer de er. Hver person har bidraget med indsigter, der beskriver dem som designere, og deres holdning til inspirationskilder ift. domæner, reproduktion, tryghed m.m. De tre identificerede temaer er:

Tema	Beskrivelse
Domæner	Domæner relaterer sig til: 1) hvor personerne søger

	<p>inspiration. 2) Hvordan de benytter sig af inspirationskilder fra forskellige domæner i deres designproces. 3) Samt hvilken værdi og holdning de har til inspirationskilder i domæner tæt på designobjektets domæne kontra inspirationskilder langt væk. Flere personer trækker direkte tråde mellem, hvordan inspirationsprocessen påvirker innovationsgraden og vice versa.</p>
Omgivelser	<p>Innovationsgraden relaterer sig til designerens inspirationsproces, men designerens processer påvirkes og afhænger af deres omgivelser, som f.eks. stakeholder og virksomhedsstrukturen. Flere personer har oplevet, at omgivelserne har hæmmet deres inspirationsproces.</p>
Personlige perspektiver	<p>Personernes subjektivitet gør dem til den designer, de er, hvilket bl.a. ses i hvordan de oplever værdi i deres designpraksis. Interviewpersonerne fortæller om deres overvejelser omkring bl.a. mangel på ekspertise, vigtigheden af at have en interesse i at udvikle sine kompetencer som design samt AI-teknologi.</p>

Tema 1: Domæner

Følgende afsnit vil analysere interviewpersonernes holdning til inspirationskilders domæne, hvorvidt de finder en værdi i at udfordre sig selv, samt hvornår man kommer tæt på reproduktion af sin inspiration. Dette relaterer sig til interviewpersonernes erfaringer og ekspertise, og hvordan dette relaterer sig til en øget arbejdsbyrde ved brug af fjerntliggende inspirationskilder.

Flere personer argumenterer for, at inspirationskilder, der ligger for nært designobjektets domæne, resulterer i reproduktion: *“Jeg tror, der hvor jeg oplever størst udfordringer ved at anvende inspiration, det er når jeg kommer til at være for tæt på reproduktionen af det. Så der bliver det ineffektivt for mig. Fordi så sidder jeg bare og tænker: Hvorfor er det, jeg bruger tid på at lægge de her kasser ovenpå, og få den her typografi til at minde om det her. Jeg kan lige så godt bare træffe et valg selv.”* (Interview 1). Denne pointe nævnes også af Biskjær et al. (2020) i et eksempel, hvor deltagere skulle producere “nonwords”, efter at være eksponeret for eksempler på andre “nonwords”. Ordene, som deltagerne producerede, lignede dem fra

eksemplerne i høj grad. Biskjær et al. omtaler dette som “design fixation”, hvilket resulterer i reproduktion grundet inspirationssøgen med for kort afstand til designobjektets domæne (Biskjaer et al., 2020). En anden interviewperson udtaler: *“Ja, jeg tror, at med ting, med sådan domæner, der ligger meget tæt på, så føler jeg, at inspirationen ofte bliver lidt mere en til en... Ikke kopi, men inspiration i hvert fald.”* (Interview 3). Inspirationskilder tæt på munder ud i en mere direkte transformation og implementering af designerens inspiration fra kilden, hvilket designet vil bære præg af. I tråd med dette nævner interviewperson 3, hvordan inspirationskilder i domæner længere væk leder til en højere innovationsgrad: *“Altså, de lidt længere ud er lidt mere fundament for sin egen idegenerering og innovation. Fordi det sætter lidt nogle krav til, at du kan finde ud af at forvandle det til et eller andet.”* (Interview 3). Domæner længere væk kræver, at designeren trækker på sine egne associationer, erindringer og følelser i højere grad. Derfor er det også mere krævende for en designer at arbejde med inspirationskilder, der befinder sig i domæner længere væk:

“Så der er også måske mere arbejde i, hvis man søger nogle inspirationskilder længere væk. At sådan på en eller anden måde koble dem ind i det, man selv sidder med. Det kræver noget mere sådan forarbejdelse af det. Fordi når det ikke ligger så tæt opad, så kan du have det i tusind retninger. Det kræver, at man tager det ind i den tankegang, man selv har. Og så omdanner det. Det gør også, at det selvfølgelig ikke kommer til at lægge så meget op ad, hvad andre gør. Det bliver måske lidt mere unikt, end de lidt mere nære inspirationskilder gør.” (Interview 3).

Det kræver en større transformation af abstraktion, da inspirationen ikke nødvendigvis kan benyttes i sin nuværende form, og der kan ikke laves en direkte implementering af kilden. Chan et al. beskriver dette som “cognitive effort”, der er en forudsætning for succesfuldt at benytte inspirationskilder langt væk. Designeren skal kunne se igennem fingrene med unødvendige detaljer for at finde frem til det, der for designeren giver mening i design konteksten (Chan et al., 2015). Dette relaterer sig til, hvordan inspiration er dybt forankret i designerens evne til at associere, for at kunne drage nytte af sin personlighed som designer (Mednick, 1962). I en designproces trak interviewperson 2 på associationer fra sin barndom, hvor personen holdt af mysteriefilm og -serier: *“Detektivfilm...Hvad er det for nogle elementer de bruger? ... Er der nogle genstande? Eller man kan blive inspireret fra... Og sådan trække på nogle associationer. For mig er det også meget sådan en associationsleg egentlig. Ja. Altså når man prøver at snakke om inspiration.”* (Interview 2). Interviewpersonen skaber et væv af subjektive

associationer og fortolkninger af sine minder og følelser, der driver personen frem til en konkret designløsning.

Den øgede arbejdsbyrde, ved at søge inspiration i domæner længere væk, relaterer sig samtidigt til ekspertise indenfor domæner. Chan et al. beskriver, hvordan ekspertise er en fordel, når man arbejder med domæner langt fra designobjektet: *“... one way to reconcile the two sets of findings might be to hypothesize that expertise in the distant source domain enables the impact of distant ideas by bypassing the cognitive costs of deeply understanding the far domain, and filters out shallow inferences that are not likely to lead to deep insights.”* (Chan et al., 2015). Denne tendens har vi identificeret i alle vores interviews. Person 2 nævner en inspirationsproces omhandlende et kalendersystem: *“Hvis jeg tænker, at nu skal vi lave noget her, hvor der måske skal være en kalender med, så tænker jeg jo så: Hvad kender jeg af kalendersystemer, som fungerer godt? Så kan det være at søge inspiration der.”* (Interview 2). Dette eksempel viser også, hvordan ekspertise helt generelt er en præmis for designpraksis. Interviewperson 2 søger inspiration tæt på, som resultat af mangel på ekspertise og for at eliminere fejlmargen. Uanset hvad man skal designe, så kræver det en ekspertise. Dette princip gælder for både domæner tæt på som langt væk. Vi er vant til, som designere, at reproducere og søge inspiration tæt på, men hvis vi i en større grad beskæftigede os med inspiration længere væk, ville designeren opbygge en ekspertise eller bekendtskab, der kan medføre mere tryghed i sit arbejde med inspirationskilder langt væk.

Hos flere af interviewpersonerne har vi identificeret, at der ligger en tryghed i at arbejde med domæner tæt på designobjektets domæne. Interviewperson 3 omtaler dette som følgende: *“Altså, jeg skal da være den første til at sige, at jeg synes, det er det nemmeste at kigge på ting, der ligger lige opad og gøre det. Men jeg tror ikke, at det altid er helt sundt, heller... Og det er også meget nervepirrende og skræmmende at ikke gøre det, fordi man ved jo, det virker.”* (Interview 3). Denne pointe bliver der yderligere sat ord på af interviewperson 4: *“Hvis du føler dig rigtig sikker, der hvor man står. I de gængse fremgangsmåder og ting at gøre ting på. Så tænker jeg, at det der med at begynde at søge inspiration længere og længere væk fra ens domæne. Det tænker jeg giver sindssygt god mening og enormt stor værdi.”* (Interview 4). Mangel på erfaring kræver, at designeren søger inspiration tæt på, da der er risici involveret i at bevæge sig uden for designobjektets domæne, da det kræver yderligere erfaring. Erfaring inden for det domæne, der designes i, er en forudsætning for, at designeren kan lade sig inspirere længere ude. I sammenhæng med dette italesætter person 3 desuden også, hvordan det er “sundt” for designeren at søge inspiration længere væk: *“Så prøve at kaste sig ud i noget*

helt andet. Men jeg tror, det er meget sundt, fordi man flytter sine egne rammer hele tiden for, hvad det er, man kan. Og gør, at man bare er lidt mere nytænkende. Hvilket jeg tror, kan være meget sundt...” (Interview 3). Der er en sikkerhed i at søge inspiration i nærtliggende inspirationskilder, der benytter sig af anerkendte design metoder og konventioner. Dette er en form for lånt ekspertise, der kræver lav kognitive effort, da disse løsninger ikke kræver en større transformation inden implementering i designet. Interviewperson 3 fortsætter: “[...] jeg tror, det gør dig bedre som designer, at udfordre sig selv hele tiden. Og så synes jeg bare, det er federe at lave noget, der ikke rigtig nødvendigvis er set før.” (interview 3). Udfordringen i at søge inspiration i domæner længere væk er betydeligt mere krævende både kognitivt og tidsmæssigt. Det bidrager dog til, at designeren bedre kan drage nytte af sin personlighed og erfaringer, og giver rum til at bryde ud over sine egne rammer som designer, samt rammerne for konventionerne eller traditionerne i det domæne, der designes i.

Tema 2: Omgivelser

Igennem vores interviews er vi blevet opmærksomme på et tema, der omhandler innovationsgraden af designerens arbejde. Vi har identificeret, at dette i stor grad hænger sammen med stakeholders for designet, virksomhedsstrukturen samt internt samarbejde mellem designere. Designopgaverne er i vores interviews enten stillet af den virksomhed de arbejder for eller en ekstern virksomhed, dermed sagt er det disse typer af stakeholders, der er gældende i de designprocesser, vi i dette afsnit vil tage uddrag fra. Designerens arbejdsproces bærer i høj grad præg af designbriefet, dvs. at designeren får sat nogle rammer, der dikterer designerens mulighedsrum.

Opgavernes natur kan i høj grad variere, hvor den vigtigste forskel, som vi ønsker at understrege, er hvordan de på forskellig vis lægger op til design med varierende innovationsgrad. *“A central feature of design activity, then, is its reliance on generating fairly quickly a satisfactory solution, rather than on any prolonged analysis of the problem.”* (Cross, 2006). I designprocesser fokuserer designere primært på at finde en løsning, som designbriefet efterspørger. Designbriefet hverken beskriver eller kræver en bestemt proces, men designprocessen er i høj grad påvirket af designbriefet, og det er derfor op til designeren, hvordan de håndterer processen inden for virksomhedens rammer. Interviewperson 1 fortalte

om to forskellige designbriefs, hvor der var stor forskel på både innovationsgraden samt fleksibiliteten i inspirationsprocessen. Interviewperson 1 sammenligner de to processer:

“Der er noget sikkerhed. Der er noget tryghed og noget mere risiko for reproduktion[red. stringent designbrief, med lav innovationsgrad]. Men det er ikke nødvendigvis en dårlig ting, og i den anden[red. løsere designbrief med høj innovationsgrad] får vi lov til at divergere og være noget mere sådan eksplorativ. og det er heller ikke for alle at være i den type af mindset. Men der bliver vi tvunget til ikke bare at reproducere, fordi vi skal gøre noget helt nyt. Så jeg tror på innovationsgraden i de to definerer måske også behovet for inspiration.” (Interview 1).

Disse to eksempler er to vidt forskellige designprocesser, hvor innovationsgraden bliver dikteret af designbriefet. Behovet for at søge inspiration i domæner længere væk defineres (måske) også derfor af, i hvilken grad designbriefet kræver innovation. Hvis man prøver at oversætte, hvordan virksomhedsstrukturen påvirker designerens inspirationsproces, med fokus på de tre karaktertræk af inspiration af Thrash og Elliot (2003), kan man argumentere for, hvordan virksomheden ændrer forudsætningen for disse. I dette tema berøres *“motiverende”* (r.e. *“Hvad er inspiration?”*). Vi har identificeret, hvordan flere af interviewpersonerne begrænses af virksomhedsstrukturen. Eksempelvis interviewperson 4, der oplever dette i høj grad:

“Men jeg tror mest af alt det handler om, at fordi man arbejder for en stor virksomhed, og den er ikke så eksperimenterende, den er meget mere konservativ, fordi den arbejder med klienter. Så skal du ligesom holde dig inden for nogle retningslinjer for at virke professionel og seriøs. Så hvis du kommunikerer udadtil, så skal det være meget tæt på [red. domæner]. Fordi så skal den person du laver noget til, kommunikere med, whatever, være utroligt tæt på. Hvorimod jeg ellers, som person, hellere ville søge inspiration langt væk.” (Interview 4).

Designeren kan i høj grad ikke føle sig motiveret for at aktualisere ny inspiration, da virksomheden kan pålægge designeren restriktioner i form af designbriefet. Det kan også være designerens egen forståelse af virksomhedens praksis, der kan afholde dem fra at bruge inspirationskilder i domæner længere væk, der potentielt kan være mere innovative.

Tema 3: Personlige perspektiver

I dette afsnit har vi givet vores interviewpersoner mulighed for at komme med overvejelser i forhold til at søge inspiration i domæner, der ligger langt væk fra designobjektets domæne. Konkret spurgte vi interviewpersonerne, om de kunne se et uforløst potentiale eller en værdi gemt i at søge inspiration i fjerntliggende domæner.

Vi har identificeret en bred enighed på tværs af vores interviews, om at det er nødvendigt at søge inspiration i inspirationskilder tæt på designobjektets domæne, for at forstå domænet man designer i: *“Jeg tror, der findes en ret god balancegang i at have fundet inspiration i, hvad andre gør uden at stjæle. Altså, det er for helvede svært at opfinde den dybe tallerken hele tiden.”*(Interview 3). Som tidligere nævnt kræver det mere *“cognitive effort”* at benytte fjerntliggende inspirationskilder, desuden kræver det også mere tid og erfaring. Gennem disse interviews har vi erfaret, at praktikanterne afholder sig fra at benytte fjerntliggende inspirationskilder grundet mangel på ekspertise og en usikkerhed for at fejle.

“Fordi jeg følte, da jeg startede her, at min inspiration var langt mere bredt gående. Som så er blevet indskrænket nu. Fordi jeg ligesom også skulle finde det der ståsted, der er vigtigt for, at det du leverer, er effektivt og godt. Så jeg tror også, at grunden til, at jeg har søgt længere ind, det var selvfølgelig for at blive dygtigere og forstå, hvordan de gør det. Og så fra nu af, så giver det jo selvfølgelig større mening at begynde at se inspiration langt væk fra.” (Interview 4).

I virksomhedsregi har man som designpraktikant stadig meget at lære og føler sig usikker i sit arbejde. Dette udtaler interviewperson 4 har en effekt på, hvor bredt personen søger inspiration, fordi personen er klar over, at det medfører en større risiko for at fejle. Interviewpersonerne har også en udpræget enighed om, at man må vælge områder af ens design, hvor man innovere med fjerntliggende inspirationskilder. På andre områder må man følge designkonventioner, og lave en mere direkte implementering af nærtliggende inspirationskilder. Denne holdning uddyber interviewperson 3: *“Jeg tror, det er meget sundt i hvert fald, som designer at begynde at kigge mere ud af, og så være god til at tage ting fra folk. Hvor man er sådan, det er ikke så vigtigt, at det er noget helt nyt. Der er bare grundlæggende ting, der fungerer. Men ellers, så synes jeg, man skal prøve at søge så langt væk som muligt faktisk.”* (Interview 3).

Interviewperson 3 sætter ord på, hvordan det er kompetenceudviklende og personligt givende for designeren at udfordre sig selv i sin inspirationsproces, på trods af den øgede arbejds- og kognitive byrde: *“jeg tror, det gør dig bedre som designer, at udfordre sig selv hele tiden. Og så synes jeg bare, det er federe at lave noget, der ikke rigtig nødvendigvis er set før. Men jeg synes, det er måske en større opgave. Men jeg føler selv, det er et federe resultat i sidste ende. Og sådan lidt mere. Altså, der har man sgu virkelig lavet noget selv.”* (Interview 3). Interviewperson 3 fortæller, hvordan brug af AI teknologi kan bidrage til en rigere inspirationsproces, der udfordrer designeren til at associere i en langt højere grad: *“Så jeg tror at det netop er Als uforudsigelighed og nogle gange lidt kluntede produkter, hvor det kan være en ret god, nærmest springbræt til nogle ting og en måde at få dig til at tænke anderledes på. Det tror jeg helt bestemt.”* (Interview 3). Når man benytter AI, fralægger man sig noget kontrol i forhold til at vælge, hvilke domæner man søger efter inspirationskilder i. Dette betyder at AI potentielt kan eksponere designeren for flere og mere fjerntliggende inspirationskilder. Dette kan være givtigt med tanke på det *pirrende* element af inspiration, hvor AI kan producere nye ting, som derved kan være med til at udvide kataloget for inspiration hos designeren.

Diskussion

I det følgende afsnit vil vi gennemgå et framework, som vi har udviklet på baggrund af indsigter fra vores interviews samt viden fra teorien på området. Frameworket tager udgangspunkt i Trash og Elliot's (2003) konceptualisering af inspiration. I frameworket betragter vi de tre karaktertræk af inspiration som variabler, der kan justeres eller påvirkes, hvorved designeren får mere kontrol, refleksion og fleksibilitet ud af sin inspirationsproces. Intentionen med dette framework er ikke at forsøge at komme frem til en sandhed eller en konklusion. Intentionen er at skabe opmærksomhed på det uforløste potentiale i at være opmærksom på, hvilke domæner man, i forskellige designsituationer, søger inspiration i. Samtidig har vi i denne opgave også lagt vægt på de kognitive omkostninger, det kan have at søge inspiration i fjerntliggende domæner. Med det sagt, skaber det en kalkule, hvor designeren må vurdere mellem disse omkostninger kontra den potentielt mere kreative ide. Her skal det understreges, at der er designprojekter, hvor designeren kan drage nytte af at følge designkonventioner. Det er vigtigt, at designere er opmærksomme på deres proces, og de konsekvenser den må medføre. Derfor foreslår vi et framework, der på baggrund af Trash og Elliots konceptualisering af inspiration,

kan hjælpe designeren med at forstå konsekvenserne af hvilke domæner, man søger inspiration i.

Framework

Som sagt tager frameworket udgangspunkt i de tre karaktertræk af inspiration: *pirrende*, *transcenderende* og *motiverende*, konceptualiseret af Thrash og Elliot (r.e. redegørelsesafsnit "Hvad er inspiration?"). Vi antager, at hvert karaktertræk er en variabel, der i nogen grad kan justeres eller påvirkes til designerens fordel. Det *pirrende* karaktertræk kan kun påvirkes i en sådan grad, at designeren vælger at ignorere en inspirationskilde. Det er her designerens agens ligger i. Det *pirrende* er den variable, man kan ændre mindst på og er mindst nuanceret. Pirrende forholder sig til, hvad designeren bliver pirret af, som er en proces, der sker ufrivilligt. Det kan være svært at være klar over dette karaktertræk, da det er en umiddelbar reaktion, der trækker på personens associationer. Derfor må man ændre sit udgangspunkt for, hvor man søger inspiration, hvis inspirationen ikke er appellerende.

Det *transcenderende* karaktertræk er derimod mere nuanceret, da dette stadie i inspiration forholder sig til inspirationskildens domæne. Her er det relevant, at designeren kan identificere og være opmærksom på, hvor designeren har sin inspiration fra. I den *transcenderede* fase opnår designeren en ophøjet kognitiv proces, og det er heri vores kritik ligger. Vi rejser spørgsmålet: Er det muligt at overgå normale kognitive processer, når man kopierer noget? Dette stadie er afhængigt af en dybere inspirationsproces, der trækker på følelser og erfaringer, der giver designeren oplevelsen af en ophøjet kognitiv proces. Men resulterer dette i et bedre design? Uden at have undersøgt dette vil vi ikke lave denne påstand, da vi ikke har belæg for det. Vi opfordrer derimod blot designeren til at være kritisk overfor sin egen inspirationsproces. Vi er også klar over, hvor stor variation der er i designtyper, og det er derfor ikke muligt at lave en opskrift på den rigtige inspirationsproces. Det er derfor op til hver designer at være kritisk overfor og udfordre sin inspirationsproces. Når vi kobler denne *transcenderende* oplevelse til innovationsgraden af et design, så er der en stærk sammenhæng til, hvor fjernt eller nært inspirationskildens domæner er fra designobjektets domæne. Sammenhængen mellem innovation og transcendens er det ophøjede kognitive arbejde, hvori vi argumenterer for at potentialet er størst i fjerntliggende domæner. Dette må derfor argumentere for, at hvis innovationsgraden er lav i et designprojekt, må det ikke i samme grad være nødvendigt med en rig inspirationsproces.

Vi har ikke undersøgt, hvorvidt fjerntliggende domæner skaber højere transcendens i en inspirationsproces, men vi kan på baggrund af teori stable et argument på benene, der siger følgende: Ifølge Mednicks associationsteori (r.e. "Associationsteori") kan vi argumentere for, at benyttelsen af nærtliggende kilder, der er af samme *materiale* som designobjektet, vil i højere grad føre til et "steep associative hierarchy", der fører til mindre kreative designløsninger. Derfor vil niveauet af *cognitive effort* også være mindre, hvilket betyder at inspirationsprocessen er mindre *transcenderende* for designeren. Vi argumenterer for, at en rigere inspirationsproces kræver et "flat associative hierarchy", hvor en høj grad af *analogical-thinking* er påkrævet, for at finde frem til inspiration til en designløsning. For at visualisere dette på et spektrum, vil en inspirationsproces med nærtliggende kilder, f.eks. et UI design af en hjemmeside, hvor inspirationen hentes fra Dribbble, være mindre innovativt, associationshierarkiet vil være mere stejlt og dermed vil *cognitive effort* være betydeligt lavere. Dette eksempel vil bidrage til en mindre *transcenderende* oplevelse for designeren, og vil muligvis resultere i et design tættere på replikation. Et eksempel, hvor den *transcenderende* oplevelse er større for designeren, vil være i en inspirationsproces, hvor *cognitive effort* er betydeligt højere, og hvor inspirationen hentes fra inspirationskilder i fjerntliggende domæne: Eksempelvis hvis man hentede inspiration fra en legeplads til et UI design af en hjemmeside.

Det *motiverende* karaktertræk forholder sig til designerens lyst til at aktualisere sin ide, og denne fase af inspirationsprocessen giver designeren agens til at handle på lysten til at aktualisere. Dette karaktertræk er vi, gennem vores interviews, blevet opmærksomme på relatere sig til designerens omgivelser. Vi har identificeret virksomhedsstruktur, stakeholders og designbriefet som de mest indflydelsesrige omgivelser. De karakteriseres ved at have en påvirkning på designerens processer som følge af designkriterier, forventninger, begrænsninger i form af ressourcer, virksomhedsidentitet og designkonventioner. Vi opfordrer til, at designeren skal være kritisk over for påvirkningen fra sine omgivelser, der kan resultere i en negativ effekt på det *motiverende* karaktertræk. Hos interviewperson 4 så vi eksempler på, hvordan virksomhedsstrukturen og -identiteten indrammede designerens inspirationsproces for at opfylde specifikke krav til designresultatet. Vi så også, hvordan nye ideer, der ikke stemte overens med identiteten af virksomheden, blev nedstemt før nogen designproces var påbegyndt (r.e. tema 2 af analyseafsnittet). Interviewperson 1 oplevede derimod, at rammerne for et designbrief var udefinerbare, hvilket udfordrede inspirationsprocessen hos personen og de tre andre designere på projektet. Desuden var det en stor kommunikationsbyrde, at hver designer

skulle sætte de andre ind i sin egen inspirationsproces og -logik. Dette havde en negativ effekt på det *motiverende* karaktertræk, hvor interviewperson 1 ikke kunne forholde sig til de andres inspirationsprocesser, og måtte forholde sig til sin egen, for at kunne aktualisere sine ideer.

På baggrund af vores interviews kunne vi se en tendens til at søge inspiration i nærtliggende domæner. Denne påstand forklarede vi med, at der er situationer, hvor det kræver mere cognitive effort at søge inspiration i fjerntliggende domæner, samt at det kan være påvirket af virksomhedsstrukturen og designerens position i virksomheden. Tendensen bliver yderligere understøttet af Franke et al. (2013):

“Since novelty is considered the distinguishing feature in creative work, analogies of this kind are particularly valuable for generating radically new products that might become a source of revenue growth and long-term competitiveness of a firm. It is interesting and noteworthy, however, that research in the field of new product development has modeled analogical transfer almost exclusively as an activity carried out by a person (or a team) from the target market. This also appears to be the standard procedure in practice. Kalogerakis et al. (2010) provide an in-depth analysis of 16 cases of new product development projects in which analogical thinking was employed. They found that in each case the teams limited themselves to accessing and using analogous knowledge that had been stored within the team or the client, and as a result they concluded that “there is a strong tendency toward the usage of local knowledge” (p. 433). [...] local knowledge about analogous solutions worth transferring is necessarily limited, it is no surprise that Kalogerakis et al. (2010) find that in the majority of cases, only “near” analogies were used (solutions or principles developed in former projects).” (Franke et al., 2013).

Franke et al. understreger, at der er en tendens til at søge lokal viden, og at der i de fleste tilfælde blev brugt nære analogier, det vil sige viden som kommer fra tidligere projekter. Vi mener, at der kan være et uforløst potentiale ved at være opmærksom på, hvilke domæner man søger inspiration i, her især med tanke på situationer hvor det kan være meningsfuldt at søge inspiration i fjerntliggende domæner. Dog skal det understreges, at der også ligger en stor værdi i at være opmærksom på tilgangen til hvilke domæner, man søger inspiration i. Så der i virksomheder ikke ‘automatisk’ vil blive søgt inspiration lokalt eller kun i nærtliggende domæner. Kontrasten er især stærk, da det er et *“distinguished feature”* i kreativt arbejde at

skabe noget nyt, og derfor vil det give mening at bruge “*far*” analogier og dermed fjerntliggende domæner (Franke et al., 2013).

Vi har erfaret fra vores interviews, at virksomhedsstrukturen fylder meget, og det virker som en selvfølge, at designeren underlægges virksomhedens og stakeholders behov for at tilfredsstille dem med et produkt. Det fremstår, at designet skal opfylde de eventuelle krav, der bliver stillet til det endelige produkt. Dog argumenterer vi for, at der bør differentieres mellem, hvilke processer omgivelserne kan påvirke, og hvilke der bør overlades til designeren. Problematikken opstår, idet designeren mister for meget agens, og det har en negativ effekt på det *motiverende* karaktertræk og dermed forringer designerens inspirationsproces. Vi erfarede med interviewperson 4 at personen på grund af sine omgivelser, især i forbindelse med afslag på nogle ideer, begyndte at søge inspiration i nærliggende domæner: *“Fordi jeg følte, da jeg startede her, at min inspiration var langt mere bredtgående, som så er blevet indskrænket nu. Fordi jeg ligesom også skulle finde det der ståsted, der er vigtigt for, at det du leverer er effektivt og godt.”* (Interview 4) Dette havde en negativ effekt på det *motiverende* karaktertræk for personen. Igennem vores interview blev personen opmærksom på sine omgivers påvirkning, og ville forsøge at supplere sin inspirationssøgning med fjerntliggende inspirationskilder: *“Absolut, og jeg tror faktisk, efter vores samtale her i dag, at jeg vil udfordre mig selv til at gøre det i langt højere grad. Bare start med... Prøv bare at tage et eller andet fucking random. Og så bare langt væk fra domænet. Og så prøv at søge inspiration i det, inden jeg skitserer det, jeg skal lave. Fordi det tror jeg bare er meget federe. Både for mig selv. Men også for sådan... Med et virksomhedsperspektiv. Ja. Altså du ved, du kan jo altid ‘amend’ det.”* Dette fortolker vi som at personen nu har ændret ved den motiverende faktor, da personen nu er mere åben for at aktualisere ideer på baggrund af fjerntliggende inspirationskilder. Dette relaterer sig desuden til, hvordan designeren skal opbygge ekspertise, for at have et trygt fundament at designe ud fra. Dette forholder sig ikke blot til designerens kreative evner, men også til at designeren skal skabe erfaring med sine omgivers forventninger m.m. Vores framework er essentielt et værktøj til refleksion. Frameworket understreger også, hvor kompliceret arbejdet som designer er, og hvordan et stort antal af faktorer påvirker designerens arbejde. Vi mener, at det er vigtigt, at designeren er klar over sine styrker og svagheder, og er villig til at udfordre sig selv, for at skabe mere nytænkende, nyttigt og godt design. Det handler om at få arrangeret disse faktorer, så de bidrager bedst muligt til dit arbejde som designer, hvori der ligger en pointe om, at designeren ikke blot skal tilvænne sig omgivelserne og konventioner og dermed negligere sin inspirationsproces.

Det skal ikke forstås, som at man kan eller skal ændre på sine omgivelser, men at det er designerens perception af sine omgivelser, som personen kan blive mere bevidst om, og derefter agere ud fra. Desuden er det svært at konkludere, hvordan designeren kan drage nytte af at være opmærksom på dette, da der er så mange faktorer, der spiller ind. De to eksempler nævnt forinden er eksempler på, hvordan omgivelserne kan have en negativ effekt på designerens lyst til at aktualisere sine ideer. Interviewperson 4 blev efter vores interview mere opmærksom på sine omgivelser, og havde derefter mulighed for at handle på baggrund af dette. Personen ville f.eks. begynde at søge inspiration i mere fjerntliggende inspirationskilder, noget som personen som studerende værdsatte højt. En situation, hvor omgivelserne var mere i takt med designerens mønstre eller interesser, ville have en positiv effekt på designerens lyst til at aktualisere sine ideer. Det er ikke at sige, at en designer skal passe perfekt ind i sine omgivelser, og situationer vil opstå, hvor designeren ikke nødvendigvis er enig med sine omgivelser, men der er et mulighedsrum for forandring, når designeren er opmærksom på dette.

Konklusion

Inspirationsprocessen går forud for det endelige design. Thrash og Elliot's domæne-generelle konceptualisering af inspiration har tre karaktertræk; *pirrende*, *transcenderende* og *motiverende*, hvor denne proces sker som følge af introduktionen af et stimulerende objekt.

Domæne-termet benyttes som et paraplybegreb, der dækker over al form for inspiration, og som benyttes til at lokalisere inspirationskildens distance til designobjektet. Ved brug af *analogical-thinking* kan designeren omsætte viden på tværs af domæner og finde ud af, hvordan inspirationskildens domæne relaterer sig til designobjektets domæne.

Oplevelsen af inspiration er forbundet til vores associationer, og et individs evne til at associere kan analyseres vha. "associative hierarchy". Ifølge Mednick kan en dygtig design associere langt væk fra sit udgangspunkt, og dette resulterer i mere kreative løsninger. Hvis man arbejder med samme materiale gentagende gange, vil det hæmme individets inspirationsproces, og sandsynligheden for at komme frem til en kreativ løsning falder. Derfor er det gavnligt at søge inspiration i fjerntliggende domæner. I analysen identificerede vi tre centrale temaer: "domæner", "omgivelser" og "personlige perspektiver". Gennemgående for hvert tema er deres indvirkning på innovationsgraden i designprojektet. Tema 1 viser, at en inspirationsproces med for nærtliggende kilder kan føre til mindre nytænkende design og reproduktion, mens fjerntliggende domæner skaber fundament for højere innovationsgrad, dog følger det med øget

cognitive effort. Tema 2 konkluderer, at designbriefet sætter rammerne for innovationsgraden. En lav innovationsgrad vil gavne brugen af nærtliggende inspirationskilder, hvor en højere innovationsgrad kræver brugen af fjerntliggende inspirationskilder. Designerens omgivelser kan påvirke det *motiverende* karaktertræk hos designeren, der har en indvirkning på designerens lyst til at aktualisere sine ideer. I tema 3 udtrykker interviewpersoner, hvordan usikkerhed og mangel på ekspertise afholder dem fra at bruge fjerntliggende inspiration. Der er situationer, hvor det ikke vil give mening at benytte fjerntliggende inspirationskilder, men interviewpersoner udtrykker, hvordan det er kompetenceudviklende at udfordre sin inspirationsproces. Vi rejser en kritik om kreativitet i kopiering, og hvorvidt det forholder sig til nærtliggende inspirationskilder. Argumentet om, at større innovationspotentiale findes i fjerntliggende domæner, understreger behovet for en dybere og mere udfordrende inspirationsproces. Vi anerkender, at denne sammenhæng kun er teoretisk understøttet, dog konkluderer vi, at nærtliggende kilder kan begrænse den transcenderende oplevelse og resultere i mindre innovative designløsninger. Vi understreger at det motiverende karaktertræk er vigtigt for at aktualisere ideer. Vi har identificeret, at omgivelser, som virksomhedsstruktur, stakeholders og designbrief, kan have en negativ effekt på det motiverende karaktertræk, hvilket kan påvirke inspirationsprocessen og lysten for at aktualisere sine ideer. En opmærksomhed på sine omgivers indflydelse, kan give mulighed for positiv forandring af det motiverende karaktertræk. Frameworket skal opfattes som et refleksionsværktøj, der opfordrer designere til at være opmærksomme på deres omgivelser og udfordre sig selv.

Litteraturliste

- Biskjaer, M. M., Christensen, B. T., Friis-Olivarius, M., Abildgaard, S. J. J., Lundqvist, C., & Halskov, K. (2020). How task constraints affect inspiration search strategies. *International Journal of Technology and Design Education*, 30(1), 101–125.
<https://doi.org/10.1007/s10798-019-09496-7>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Butterfield, L. D., Borgen, W. A., Amundson, N. E., & Maglio, A.-S. T. (2005). Fifty years of the critical incident technique: 1954-2004 and beyond. *Qualitative Research : QR*, 5(4), 475–497.
<https://doi.org/10.1177/1468794105056924>
- Chan, J., Dow, S. P., & Schunn, C. D. (2015). Do the best design ideas (really) come from conceptually distant sources of inspiration? *Design Studies*, 36, 31–58.
<https://doi.org/10.1016/j.destud.2014.08.001>
- Chell, E., & Pittaway, L. (1998). A study of entrepreneurship in the restaurant and café industry: Exploratory work using the critical incident technique as a methodology *International Journal of Hospitality Management*, 17(1), 23–32. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(98\)00006-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(98)00006-1)
- Christensen, B. T., & Ball, L. J. (2016). Creative analogy use in a heterogeneous design team: The pervasive role of background domain knowledge. *Design Studies*, 46, 38–58.
<https://doi.org/10.1016/j.destud.2016.07.004>
- Cross, N. (2006). *Designerly Ways of Knowing*. Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/1-84628-301-9>
- Eckert, C., & Stacey, M. (2000). Sources of inspiration: A language of design. *Design Studies*, 21(5), 523–538. [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(00\)00022-3](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(00)00022-3)
- Flanagan, J. C. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, 51(4), 327–358.
<https://doi.org/10.1037/h0061470>
- Franke, N., Poetz, M. K., & Schreier, M. (2013). Integrating Problem Solvers from Analogous

- Markets in New Product Ideation. *Management Science*.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1805>
- Leclercq, P., & Heylighen, A. (2002). 5. 8 Analogies per Hour. I J. S. Gero (Red.), *Artificial Intelligence in Design '02* (s. 285–303). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-017-0795-4_14
- Mednick, S. (1962). The associative basis of the creative process. *Psychological Review*, 69(3), 220–232. <https://doi.org/10.1037/h0048850>
- Oleynick, V. C., Thrash, T. M., LeFev, M. C., Moldovan, E. G., & Kieffaber, P. D. (2014). The scientific study of inspiration in the creative process: Challenges and opportunities. *Frontiers in Human Neuroscience*, 8. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnhum.2014.00436>
- Rosala, M. (2020). *The Critical Incident Technique in UX*. Nielsen Norman Group.
<https://www.nngroup.com/articles/critical-incident-technique/>
- Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2003). Inspiration as a psychological construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 871–889. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.4.871>
- Zahavi, D. (2018). *Phenomenology: The Basics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315441603>