

Stories 3

Waarin verhalen over de zaadjes, die de afgelopen decennia zijn geplant, worden aangeschenen.

Waarin we terugkijken naar het effect van eerste prototypes en vooruitkijken naar zaadjes die nog geplant kunnen worden. Want wie zaait zal oogsten.

En er is zoveel te zaaien... creatieve geesten zien overal mogelijkheden. In deze editie worden er een paar van uitgelicht.

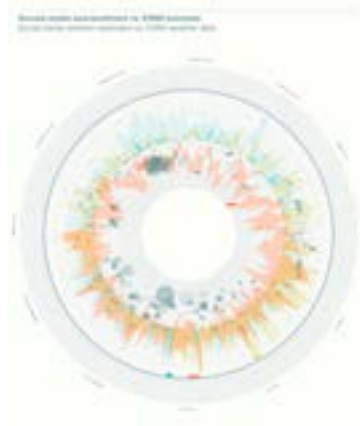
Play 6

Van bouwplaten tot puzzels, van raadsels tot ontdekking in de archieven. We houden het speels maar wel degelijk. Zoek het bewijs uit het ongerijmde.

Of volg je intuïtie en vertrouw op je creativiteit. Het gaat vanzelf stromen!

Weekend

Wat kunnen we doen tijdens de lange weekends? Onze recepten, cartoons, bouwplaten, puzzels en nog meer plezier helpen ons op weg, alleen of met meer. Pak je schaar, je pen, je lijm tevoorschijn en ga aan de slag. Er valt altijd weer iets nieuws te ontdekken.



Weer 1

Na een wisselvallige periode met regen en wind blijft deze week opvallend zonnig en droog. Prima weer om te zaaien en er op uit te gaan en de hond uit te laten.



De Zaaier, Vincent van Gogh, 1888

The Wonderful
GustBowl
FOR A WORLD THAT SHARES!

In the 1950s, we dreamed of communism... today we live in a world of connection! The GustBowl is more than a bowl—it is how we serve, share and care. *Together.*

WHY EVERY HOME LOVES THE GUSTBOWL!

- PERFECT FOR SERVING**
Brings everyone together—family, friendly neighbors and more!
- STANDARD & STURDY**
Made to be used every day, for every meal, everywhere.
- SAFE TO COOK**
Dishwasher safe and made for modern living.
- MADE FOR OUR WORLD**
From formal to party, official to informal—the GustBowl fits in.
- A NEW KIND OF CLASSIC**
Timeless 1950s style with a future we can all be proud of.

One Bowl. Many Hands. Every Occasion!

AT HOME...
Makes every meal a moment to share.

AT WORK...
From lunch breaks to big ideas, together is better.

EVERYWHERE!
Picnics, parties, potlucks—there's no place the GustBowl doesn't belong.

SHARE MORE. CARE MORE. LIVE BETTER. WITH GUSTBOWL!

The Bowl of Our Times—for the World We Share!

Nieuw! Klessebessers FM—
vertrouwde muziek
voor mensen met dementie.

Klessebessers FM

Nu oplaadbaar!

⚡ **Eenvoudig in gebruik en heerlijk rustig.**
Geen gedoe meer met batterijen. Gewoon opladen en luisteren.

vergeet niet te kopen!

Verantwoording

Wij weten het: “Geen speciale acties, geen uitnodigingen, geen postkaarten ter afscheid.” En toch... we moeten voor onszelf soms iets maken om terug en vooruit te kunnen kijken; knutsels van mensen die met je gewerkt, gereisd, en geleefd hebben en die nog iets willen schrijven, maken of doen. We vermijden zoveel mogelijk zoetsappigheid en vermelden niet wie wat heeft geschreven, getekend, geknutseld of bedacht. En zo wordt de krant niet alleen voor jou en je wederhelft, maar ook voor de makers een manier om de transitie naar de nieuwe situatie te verzachten. De oplage van deze krant is één en belandt enkel en alleen op de Gasthuislaan. Niet op de Landbergstraat of elders. Het abonnement betreft het zomer seizoen en bestaat uit drie edities. Zo zal na de zomer zonder opzegging de krant vanzelf ophouden en kan iedereen verder waar ze mee bezig waren. Reacties zijn niet nodig, maar voor meer informatie kan bij de verborgen redactie worden aangeklopt. We wensen de lezer een fijn moment.

Ingezonden artikel

JOURNAL OF APPLIED BEHAVIOR ANALYSIS 1974, 7, 497 NUMBER 3 (FALL 1974)

THE UNSUCCESSFUL SELF-TREATMENT OF
A CASE OF "WRITER'S BLOCK"¹

DENNIS UPPER

VETERANS ADMINISTRATION HOSPITAL, BROCKTON, MASSACHUSETTS

REFERENCES

¹Portions of this paper were not presented at the 81st Annual American Psychological Association Convention, Montreal, Canada, August 30, 1973. Reprints may be obtained from Dennis Upper, Behavior Therapy Unit, Veterans Administration Hospital, Brockton, Massachusetts 02401.

Received 25 October 1973.
(Published without revision.)

COMMENTS BY REVIEWER A

I have studied this manuscript very carefully with lemon juice and X-rays and have not detected a single flaw in either design or writing style. I suggest it be published without revision. Clearly it is the most concise manuscript I have ever seen—yet it contains sufficient detail to allow other investigators to replicate Dr. Upper's failure. In comparison with the other manuscripts I get from you containing all that complicated detail, this one was a pleasure to examine. Surely we can find a place for this paper in the Journal—perhaps on the edge of a blank page.

497

Paniek aan de gevel:
professor TU Delft
ontdekt dat Muzus-logo
0,7 graden scheef hangt



Gevel kantoor Muzus

Delft, September 2007 — Wat begon als een feestelijk moment bij social design bureau Muzus, eindigde in een onverwachte crisis. Kort nadat het nieuwe Muzus-logo op de gevel was bevestigd, liep een professor van de TU Delft nietsvermoedend voorbij. Binnen drie seconden stond hij stil. Binnen vijf seconden knee hij zijn ogen samen. Binnen acht seconden fluisterde hij: “Dit klopt niet.” Volgens omstanders ging het om een professor die werkt bij de Faculteit Industrieel Ontwerpen. Het zou hier gaan om beroeps-deformatie: alles bekijken vanuit gebruikersperceptief. “Het logo hangt scheef”, verklaarde hij luid ter plaatse. “Kijk, niet dramatisch scheef. Niet toren van Pisa scheef. Maar precies scheef genoeg om het vertrouwen in een professioneel ontwerpbureau te verliezen. En dat is dramatisch voor dit specifieke bureau.” De oprichter van het social design bureau Muzus, mevrouw Kistemaker, reageerde aanvankelijk luchtig: “Wij dachten in eerste instantie: ach, de professor zal het misschien niet goed gezien hebben, of net een beetje schuin voor de gevel hebben gestaan. Gevalletje optische vertekening.” Maar toen de professor in kwestie een foto als bewijs stuurde, wisten ze dat dit serieus was. Eén van de medewerkers opverde dat de medewerkers imperfectie juist heel goed bij het social design gevoel past. Een ander suggereerde het logo expres nóg schever te hangen en het ‘een participatieve interventie in publieke ruimtelijke beleving’ te noemen. “Wat is als we het begrip ‘recht’ kritisch bekijken, wat vinden we eigenlijk recht? Misschien is het logo niet scheef” aldus Kistemaker. “Misschien is de wereld gewoon toe aan een nieuw perspectief.” De professor was daar niet van overtuigd. “Dat klinkt mooi, maar het hangt nog steeds scheef. Dit wordt absoluut vervolgd.”

Creating people for more products, interfaces and our future(s)

Delft, Januari 2003 — Omdat het motto van de faculteit ging veranderen van *creating products* naar *creating products people love to use* (nagenoeg hetzelfde motto van Microsoft Design uit die tijd) besloot het IDStudioLab een workshop te organiseren waarin mensen werden gemaakt, die pasten bij de producten die ze gebruiken.

De analogie gebruikt tijdens de workshop was zoals Penfield een mens reconstrueerde naar het aantal zenuwuiteinden in het lichaam naar de hersenen of zoals Buxton het ontwerp van de Personal Computer gebruikte om een mens te reconstrueren.

Tijdens de workshop werd de mens passend bij een Nokia telefoon en bij de Hummer auto verzonnen: *homo cellularis* en *homo hummeronis*.

De resultaten van deze workshop werden gepubliceerd in de proceedings van DPPI (*Designing Pleasurable Products and Interfaces*) in Eindhoven in 2005 in de vorm van de plezierige spread weergegeven hier in het midden.

Design by Fire 2010

Een kleine zeven jaar later mocht Ianus Keller tijdens de pauze van de Design by Fire conferentie, georganiseerd door Iskander Smit, deze workshop nog eens dunnetjes overdoen met de ruim 200 aanwezigen in de zaal.

Inplaats van producten, werden alle toeschouwers gevraagd mensen te kleien die passen bij

soorten interfaces: gebaar, spraak, mobiel en surface (multitouch).

Bij de workshop was Bill Buxton zelf ook aanwezig. Tijdens zijn keynote demonstreerde hij de touch interface van het Casio AT-552 Janus horloge.

Resultaten en proces van deze workshop staan onderaan deze pagina getoond, gefotografeerd door Aldo Hoeben.

Generative AI 2026

Deze *homunculi* gaan er vanuit dat de aarde door de mens is verlaten en *aliens* onze planeet bezoeken, om op onze achtergelaten artefacten te stuiten. Hou zouden zij de mens dan reconstrueren?

De afgelopen zes jaar heeft een *alien intelligence* onze maatschappij bereikt in de vorm van generatieve AI en het lijkt ons ook dichterbij *human extinction* te brengen. Daarom op de pagina hiernaast een tijdscapsule van hoe *Dall•E* in 2026 de mens reconstrueert vanuit een huidig object.

Handgemaakt

Gelukkig hebben we ook nog de menselijke drang tot creatie. Composities van Sergej Rachmaninov kunnen onmogelijk door P50 vrouwenhanden worden gespeeld. Zouden zijn stukken gebaseerd zijn op de *homo pianus*? In de laatste kleistudie wordt een mogelijkheid verkend.

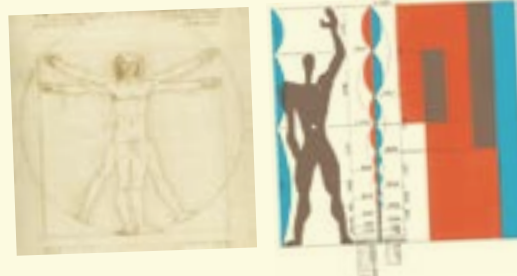
De link met QR-code rechtsonder brengt je bij presentaties, verslagen, foto's en meer.

creating people humorous homunculi

background

In designing pleasurable products, designers need to integrate insights, knowledge, and intuition about experiences the prospective users of their products can, do, and ought to have. An important part of this information is formed by people's past and present experience with products. Although there now exists a successful and growing arsenal of methods to bring such information to the foreground (e.g., [1], [2]), there is still a gaping need for new techniques of organizing, retaining and presenting, and keeping alive the findings of such studies ([3], [4]). Such communication tools should keep the design team inspired, therefore they should motivate people to make them, draw inspiration from them, and keep referring back to them. This poster presents a small, ludic attempt at such a communication form, in which we summarize the analysis of shortcomings of an existing product in a humorous, yet genuinely informative and inspiring form. In itself it is inspired on homunculi as a visualisation form, and uses the design of such homunculi as a generative form of analysis. The title of the workshop was a pun on the Faculty of Industrial Design Engineering's then mission statement: 'creating products for people', which has since been extended to better reflect the interests of business and product experience into 'creating products people love to use'.

homo ergonomicus



Probably the most famous picture of what the male human body proportions are was made by da Vinci [4]. It formed the ideal for Western painting for several centuries, and formed the expressive basis for ergonomic measures such as le Corbusier's Modulor [5].

homo WIMPi



Bill Buxton [7] expressed his exasperation about the lack of progress in 20 years of computer interface design by sketching what the ideal computer user's senses and effectors would be. It expresses strongly how little use the Windows, Icons, Mouse & Pointer interface makes of the sensory and expressive skills of people.

homo tactilis



Penfield [6] studied the resolution of our touch sensors in the skin over our bodies, and the sizes of brain areas connected to these skin parts. He expressed this in the 'man on the brain': sensitive parts of his body, e.g. fingers, lips, are scaled up, insensitive parts (upper and lower arms) are scaled down. The homunculus is a concise summary of these human skills, and a visualisation that never fails to amuse people.

■ IDStudioLab

Pieter Jan Stappers • p.j.stappers@io.tudelft.nl



Bill Buxton, Casio AT-552, Ianus Keller



Poppetjes kleien bij Design by Fire 2010



Hoe reconstrueren we de mens vanuit spraakinterfaces?



Welke mensvorm past bij de interface van de mobiele telefoon uit 2010

for products

in the service of design communication
workshop

In a short afternoon workshop, two teams repeated Buxton's exercise for two existing products: a mobile phone and a SUV. First they listed what were the strengths and weaknesses of the products' interface. Then a design for an optimal user was made that integrates and expresses the most important points in the list. In designing the user, the design teams were encouraged to take sci-fi liberty, to convey the most relevant information, and to apply humor and silliness without sliding down to 'just a joke'. The resulting homunculi were intended to remain inspirational for a design team working on a next generation of the product they were assigned. Analysing, making, and presenting took the teams of 5 approximately 90 minutes of jocular design study.

homo cellularis

For the user of a mobile phone, the human form is less recognizably humanoid. Prominent feature is that the user carries the telephone on its ear/eye and its 'hand', an array of fingers ready to the keypad. Its mouth may be located quite a distance from the phone, and its brain is artificially kept far away from the phone (for fear of radiation). The wheels on either side accentuate the mobility of the user, which is seen as the key behavioural asset of the product.

homo hummeronis

The homunculus for the Hummer SUV draws attention to the visual and communicative load on the driver. It has one large eye to attend to the road in front, and a set of small eyes representing the continuous glances in rear view mirror, console, and conversation with fellow travellers. Only one arm, located in the middle of the chest, is needed to operate the steering wheel, whereas the legs (which normally contain people's strongest muscles) can be completely limp.

conclusions

The homunculous expressions proved powerful reminders of the product analysis: months afterward, participants could list the important points again when shown pictures of the models. We believe that this is the strength of putting the analysis into a motivating, narrative unity appealing to the readers' empathy (the viewer is invited to imagine experiencing life as that person), as its operational principle, just as in narrative techniques as personas and scenarios [8].

references

- [1] Gaver, B. Dunne, T., Pacenti, E. (1999), Cultural Probes. *ACM Interactions*, 6(1), 21-29.
- [2] Sanders, E.B.N. (2000), Generative tools for Co-designing. In: Collaborative Design, Scrivener, Ball and Woodcock (Eds.) Springer, London.
- [3] Sleeswijk Visser, F., Stappers, P.J., Van der Lugt, R., & Sanders, L. (2005). Contextmapping: experiences from practice. *Codesign*, 1, (2). In press.
- [4] Wakeford, N. (2004). Innovation through people-centered design – lessons from the USA. dti global watch mission report, October 2004.
- [5] Le Corbusier (1955) *Le Modulor*. Birkhauser, Basel.
- [6] Penfield W, Rasmussen T. (1950) The Cerebral Cortex of Man. A Clinical Study of Localization of Function. The Macmillan Comp, New York.
- [7] Buxton, W. (1986) There's More to Interaction than Meets the Eye: Some Issues in Manual Input. In Norman, D. A. and Draper, S. W. (Eds.), *User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction*. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey, pp. 319-337.
- [8] Pruitt, J., Adlin, T., (2005) *The Persona Lifecycle: Keeping People in Mind Throughout Product Design*. Morgan Kaufmann, In press.



Ianus Keller • a.i.keller@io.tudelft.nl

Stappers, P.J., & Keller, A.I. (2005) Creating people for products Proceedings of DPPI 2005, Eindhoven.



Aanschouw de menspersoon die volgens ChatGPT past bij Froukje's naaimachine



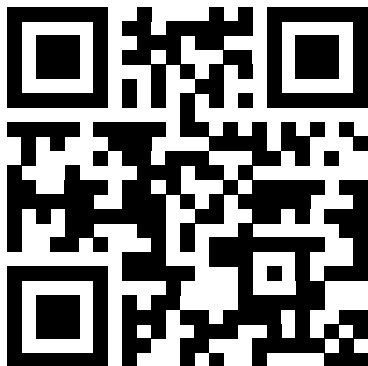
Met klei een impressie van de homo pianus door Annemiek



Als we onze interfaces met gebaren aansturen, hoe ziet de mens er dan uit?



Die grote multitouch interfaces van de late 2000s, wat voor mensen horen daarbij?

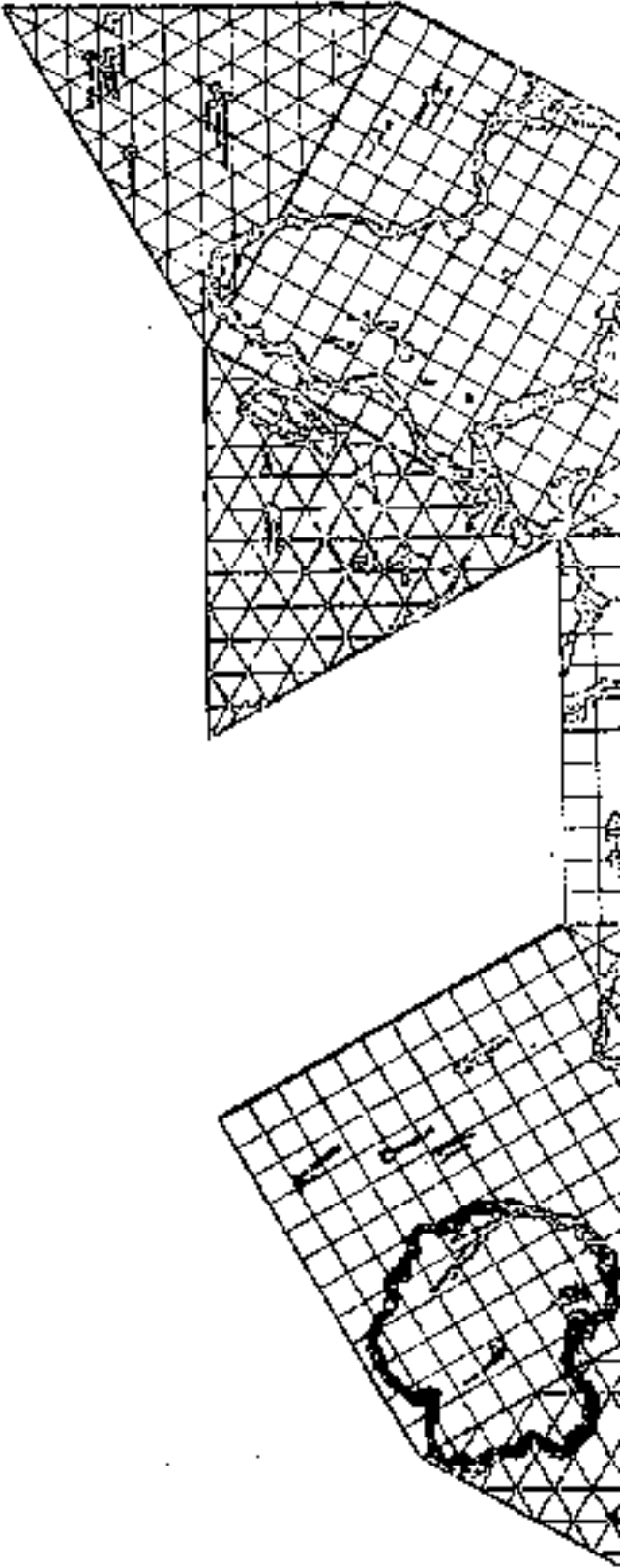


Meer? <https://edu.nl/7yc9e>

The Planet Map

Knutselen aan de planeet aarde
Een mens gerichte aanpak
Werkplaats Bilthoven als centrale punt
Nu ook vanuit het perspectief maan
Waar zal dat heen gaan

Jan. 29, 1946.
R. B. FULLER
CARTOGRAPHY
Filed Feb. 25, 1944
2,393,676
5 Sheets-Sheet 2



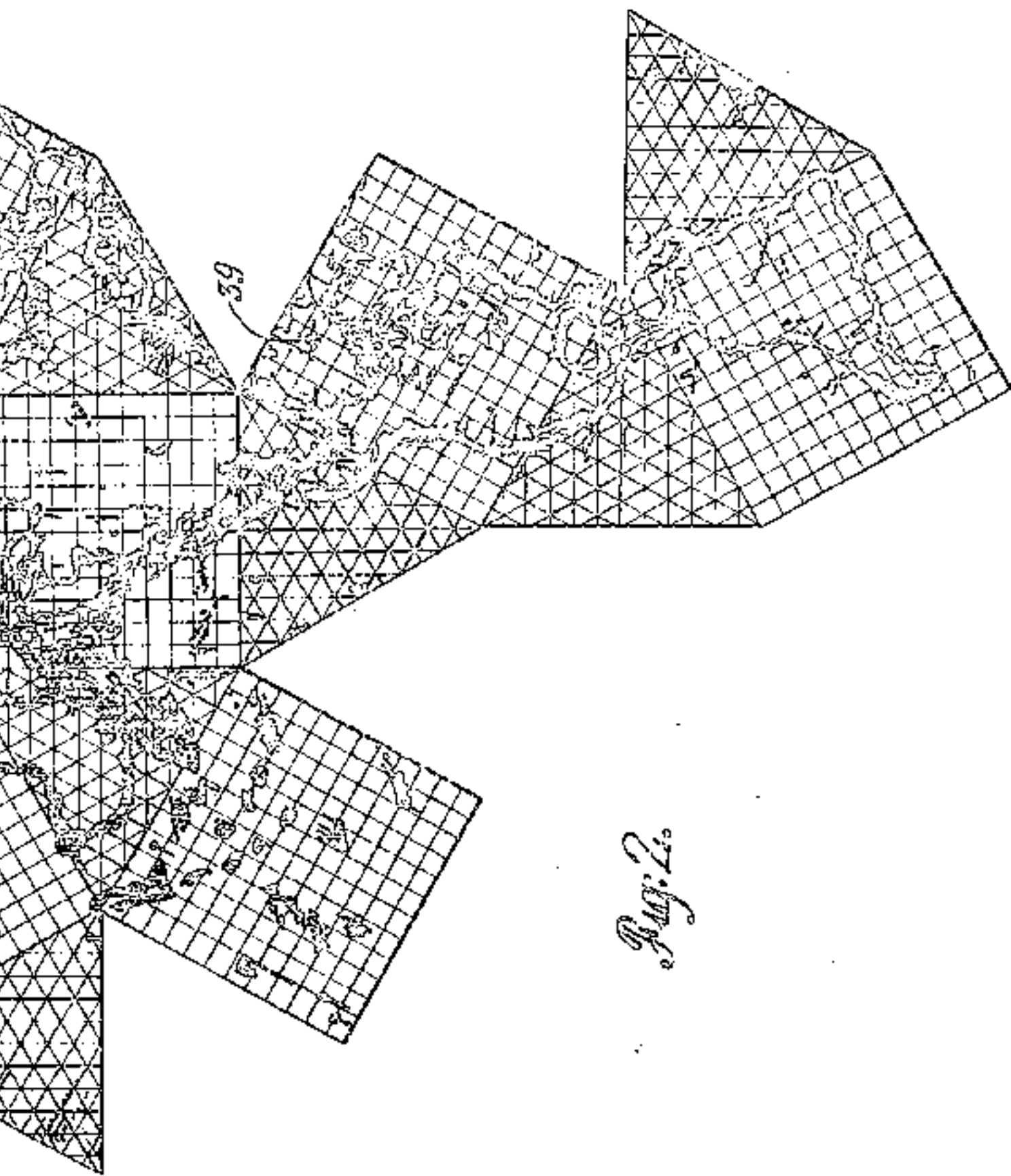
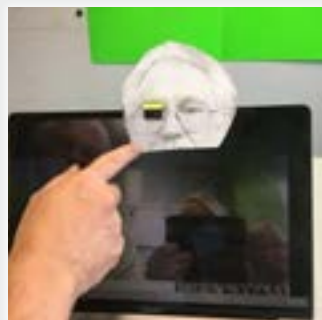
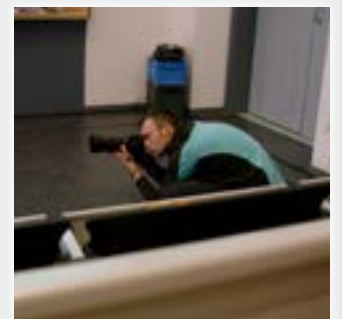


Fig. 2.

INVENTOR
RICHARD BUCHMINSTER FULLER
BY
Donald W. Johnston
ATTORNEY

Fotograferende mensen gefotografeerd. Wie is de mens achter, voor, naast en met de camera?

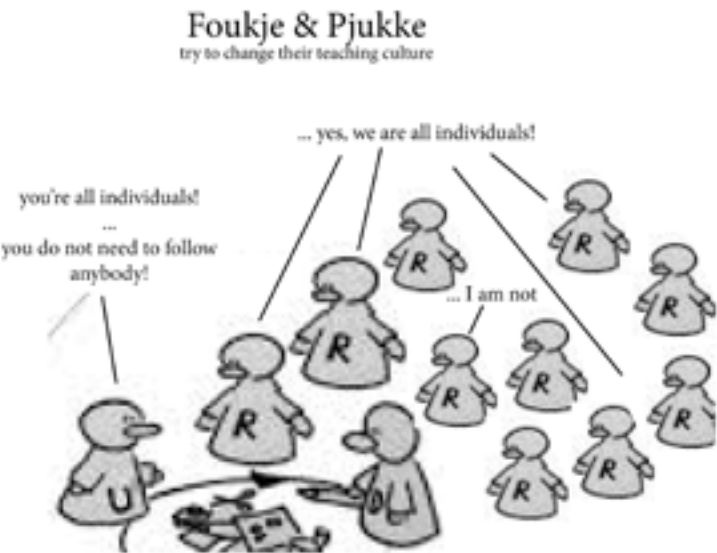


Het is mij een raadsel

Koffiebekers



Een postkaart met storyboard over postkaarten als Droste effect



based on a scene in Monty Python's Life of 1

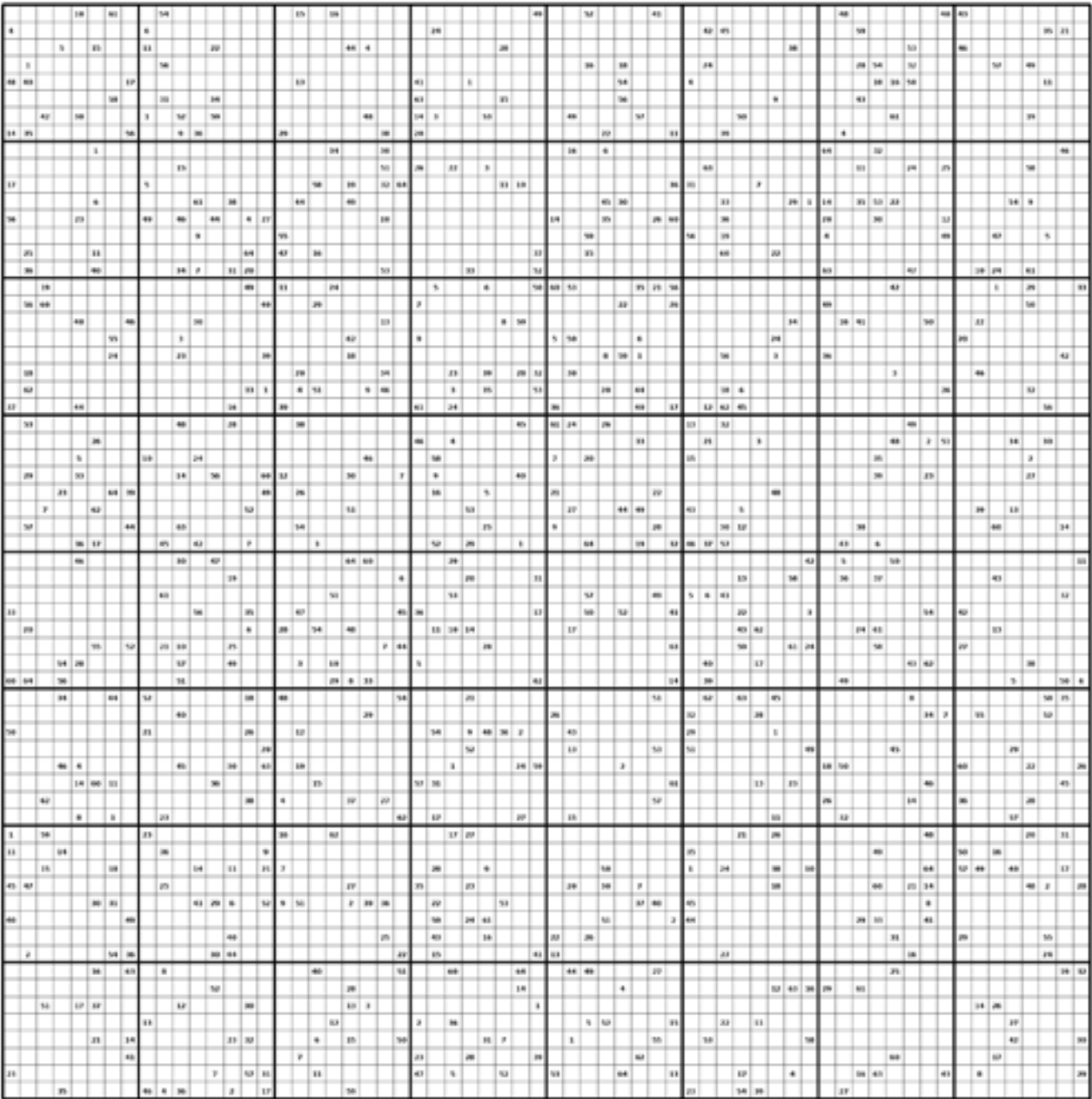
In het kalenderjaar 2024.
TU Delft fulltime werknemer X drinkt net als voorgaan-
de jaren elke werkdag 3 kopjes koffie. Hoeveel papieren
bekers worden er in dat jaar door werknemer verbruikt?

Het antwoord kunt u sturen naar: quiz@pjouw.nl

Het juiste antwoord en winnaars worden bekend
gemaakt in de volgende editie.

Sudoku 64 x 64

Elke rij, kolom en vierkant mogen
maar één keer het getal 1 tot 64
bevatten.



Let's Dance

David Bowie 1983

Let's dance put on your red shoes and dance the blues
Let's dance to the song they're playin' on the radio
Let's sway while colour lights up your face
Let's sway sway through the crowd to an empty space

If you say run, I'll run with you
If you say hide, we'll hide
Because my love for you
Would break my heart in two
If you should fall
Into my arms
And tremble like a flower

Let's dance for fear your grace should fall
Let's dance for fear tonight is all
Let's sway you could look into my eyes
Let's sway under the moonlight, this serious moonlight

If you say run, I'll run with you
If you say hide, we'll hide
Because my love for you
Would break my heart in two
If you should fall
Into my arms
And tremble like a flower

Let's dance put on your red shoes and dance the blues
Let's dance to the song they're playin' on the radio
Let's sway you could look into my eyes
Let's sway under the moonlight, this serious moonlight

Haute cuisine frambozen uit eigen tuin met een jasje van witte en donkere chocola

EQUIPMENT
Bakpapier
Schaaltje
Hittebestendig kommetje

INGREDIËNTEN
125 g verse frambozen uit eigen tuin
120 g witte chocolade
120 g pure chocolade

INSTRUCTIES
Verwarm de over voor op 175 °C en bekleed een vorm van 20 centimeter.

Smelt de stukjes witte chocolade op laag wattage (600W) in de magnetron gedurende 30s. Roer er eens door en smelt opnieuw gedurende 30s. Ga zo door tot bijna alle chocolade is gesmolten is en blijf dan roeren tot ook de laatste beetjes gesmolten zijn.

Bekleed een schaal (die nadien in de vriezer moet) met bakpapier.

Dompel de frambozen met behulp van een koffielepel of vork in de witte chocolade en leg op het schaaltje met bakpapier (zo blijven ze niet kleven als je ze er nadien af wil halen). Zet ze gedurende 15 min in de vriezer zodat de witte chocolade kan uitharden.

Smelt de melk of pure chocolade op dezelfde manier als in stap 1 beschreven. Dompel opnieuw de frambozen in de chocolade. Zet in de vriezer (en bewaar ze daar ook).

Haal ze bij voorkeur 5 à 10 min voor het serveren uit.



Wordt vervolgd...



