

Eenzaamheid
de grootste vijand van deze tijd

Inleiding	6
1.0 Algemene introductie	8
1.1 Wat is eenzaamheid?	8
1.2 Cijfers eenzaamheid in Nederland	9
1.3 Typen eenzaamheid	10
1.4 Proces vereenzaming	12
1.5 Kinder-bejaardenhuizen	12
1.6 Cité Radieuse	15
1.7 Conclusie	16
2.0 Eenzaamheid in de filosofie	18
2.1 Dirk de Wachter	18
2.2 Erik Scherder	19
2.3 Jan Bor	20
2.4 Hannah Arendt	21
2.5 Conclusie	22
3.0 Eenzaamheid in kunst	24
3.1 The Art of Impact	24
3.2 Taal voor Eenzaamheid	26
3.3 Bilbao	30
3.4 Conclusie	32
4.0 De taak van de grafisch ontwerper	34
4.1 Kalmerend of activerend	34
4.2 First Things First Manifesto	35
4.3 Complexe vraagstukken	36
4.4 Kansen en oplossingen	37
4.5 Service Design	39
4.6 Conclusie	40
5.0 De rol van de grafisch ontwerper in de strijd tegen eenzaamheid	42
5.1 Loneliness Kills	42
5.2 Mind Craft	44
5.3 Heilsarmee	47
5.4 Useful	49
5.5 Kennismakingsdiner Startpakket	51
5.6 SIRE, campagnes door de jaren heen van 1968 tot 1995	53
5.7 Verbindingen en vergelijkingen	56
5.8 Conclusie	60
6.0 Ontwerpen in coronatijd	62
6.1 Heartbits	62
6.2 Take the party online	64
6.3 De 'kom op visite' kar	66
6.4 Een tegen Eenzaamheid	68
6.5 Verbindingen en vergelijkingen	72
6.6 Conclusie	74
7.0 Eindconclusie	76
7.1 Eigen positionering en reflectie	78
7.2 Inhoudelijke verdieping eindexamenwerk	78
Bronnenlijst	80
Colofon	86

Inleiding

Wanneer het in het publieke debat gaat over eenzaamheid, wordt er regelmatig gesproken over stereotypen. Deze stereotypen worden vaak geassocieerd met ouderen in verzorgingshuizen en de man van 77 jaar die niemand meer ziet nadat zijn partner is komen te overlijden.

Eenzaamheid is een probleem dat voorkomt onder alle bevolkingslagen en vele gezichten en oorzaken kent. Om eenzaamheid te voorkomen, zou er dus niet blind moeten worden gestaard op de stereotypen, maar moet er naar alle bevolkingslagen in de samenleving worden gekeken. [1]

Voor mijn scriptie heb ik gekozen voor het onderwerp eenzaamheid, omdat het een onderwerp is dat mij raakt en iets met mij doet. Ongeveer zeven jaar geleden werkte ik tijdelijk als afdelingshulp in een verzorgingshuis. Hier deed ik de bedden opmaken en/of verschon en verzorgde ik de koffie voor de bewoners. Tijdens dit bijbaantje zag ik regelmatig eenzame bewoners voorbijkomen die al heel erg dankbaar waren wanneer je vijf minuten een praatje met ze maakte of wanneer je na je dienst nog even een kopje thee bij ze kwam drinken.

Stereotyperende eenzaamheid heb ik dus zeker van dichtbij kunnen zien en meemaken. Ook heb ik voor het onderwerp gekozen, omdat de problemen rondom eenzaamheid nog groter zijn geworden door de coronapandemie. Om deze reden leek het mij interessant en leerzaam om mij te verdiepen in het onderwerp. Ik hoop uiteindelijk met mijn eindexamenwerk iets te kunnen betekenen voor het probleem.

Uit onderzoek is gebleken dat chronische eenzaamheid net zo schadelijk is als het roken van 15 sigaretten per dag. [2] Om deze reden wordt eenzaamheid dan ook wel het 'nieuwe roken' genoemd. [3] Toen ik dit las, schrok ik enorm, omdat ik mij nooit bewust was geweest van deze gevolgen.

Ook zou eenzaamheid kunnen leiden tot psychische en somatische gezondheidsklachten. Naar verluidt komen eenzame mensen zelfs eerder te overlijden dan mensen die niet eenzaam zijn. [4] En dan hebben we nog niet eens gesproken over corona-eenzaamheid.

Redenen genoeg voor mij, om als grafisch ontwerper, op zoek te gaan naar een oplossing voor dit probleem.

Daarom luidt de hoofdvraag van mijn scriptie:

Op welke wijze zou een grafisch ontwerper kunnen bijdragen aan de vermindering en bestrijding van eenzaamheid onder alle bevolkingslagen van de Nederlandse samenleving?

1.0 Algemene introductie

In dit hoofdstuk laat ik je kennis maken met het begrip 'eenzaamheid'. Ik neem je mee in de verschillende typen en licht het proces van vereenzaming toe. Ook kaart ik twee voorbeelden aan waarin op een creatieve wijze met eenzaamheid wordt omgegaan. Hoe kan ik als grafisch ontwerper het best dit probleem benaderen?

1.1 Wat is eenzaamheid?

Kort samengevat betekent eenzaamheid je niet verbonden voelen. [5] Eenzaamheid is een subjectief begrip dat voor iedereen verschilt. Waar bijvoorbeeld de een zich in een situatie eenzaam zou voelen, hoeft dit voor een ander niet zo te zijn. Om deze reden is eenzaamheid een complex en ingewikkeld probleem. [6]

Professor Jenny de Jong-Gierveld omschrijft eenzaamheid op de volgende wijze:

'Eenzaamheid is het subjectief ervaren van een onplezierig of ontoelaatbaar gemis aan (kwaliteit van) bepaalde sociale relaties. Het kan zijn dat het aantal contacten dat men heeft met andere mensen geringer is dan men wenst. Het kan ook zijn dat de kwaliteit van de gerealiseerde relaties achterblijft bij de wensen.' [7]

Tussen alleen zijn en je eenzaam voelen zit een groot verschil. Wanneer je alleen bent, heb je niemand om je heen. Dit hoeft niet te betekenen dat je eenzaam bent. [8] Een kluizenaar [9] kiest er bijvoorbeeld bewust voor om zich terug te trekken uit de bewoonde wereld en wil geen gezelschap. Alleen zijn en geen contacten hebben vormt een situatie. Eenzaamheid vormt een gevoel. [10]

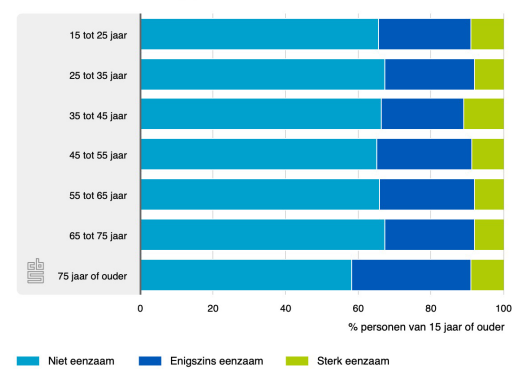
Toen ik dit voor de eerste keer las, vond ik het heel verwarrend. Ik had juist verwacht dat iemand die geen contacten zou hebben eenzaam zou zijn. Later, toen ik er wat langer over had nagedacht, realiseerde ik mij dat dit helemaal niet zo hoeft te zijn. Om deze reden geef ik het voorbeeld van de kluizenaar. Wel maakt alleen zijn iemand kwetsbaarder voor eenzaamheid, omdat er niemand is om op terug te vallen.

1.2 Cijfers eenzaamheid in Nederland

Volgens het CBS had 9 procent van de Nederlandse bevolking in 2019 van 15 jaar of ouder sterke gevoelens van eenzaamheid. 26 procent voelde zich enigszins eenzaam. De kwetsbare groep rondom eenzaamheid bestaat uit alleenstaanden en alleenstaande ouders.

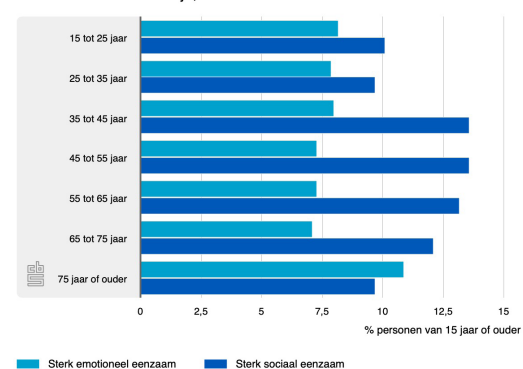
Van de 75-plussers in 2019 voelde een derde zich enigszins eenzaam en 9 procent voelde zich sterk eenzaam. [11]

Enzaamheid naar leeftijd, 2019



Staafdiagram CBS, Eenzaamheid naar leeftijd, 2019 [12]

Enzaamheid naar leeftijd, 2019



Staafdiagram CBS, Eenzaamheid naar leeftijd, 2019 [13]

Wat mij opvalt, is dat mensen tussen de 35 tot 45 jaar zich veel meer 'sterk eenzaam' voelen ten opzichte van andere leeftijdscategorieën. Wellicht dat dit te maken zou kunnen hebben met dat men in deze leeftijdscategorie geen partner heeft of dat er rond die leeftijd veel scheidingen plaatsvinden. Ook valt het mij op dat de leeftijdscategorieën 35 tot 45 jaar, 45 tot 55 jaar, 55 tot 65 jaar en 65 tot 75 jaar zich meer 'sterk sociaal eenzaam' voelen ten opzichte van andere leeftijdscategorieën en dat deze vorm van eenzaamheid ruim boven 'sterk emotioneel eenzaam' uitsteekt. In de andere leeftijdscategorieën gaan 'sterk emotioneel eenzaam' en 'sterk sociaal eenzaam' meer samen op.

Wellicht dat deze leeftijdscategorieën zich meer 'sterk sociaal eenzaam' voelen, omdat men in deze leeftijdscategorieën volop in het werk leven staat en eventueel ook een gezin heeft. Het gevolg hiervan zou kunnen zijn dat er minder tijd is voor sociale contacten met bijvoorbeeld vrienden. Vanaf 75 jaar of ouder neemt 'sterk emotioneel eenzaam' heel hard toe en zwakt 'sterk sociaal eenzaam' af. 'Sterk emotioneel eenzaam' neemt waarschijnlijk toe, omdat rond die tijd vaak levenspartners komen te overlijden van ouderen.

Wat ik hieruit kan concluderen, is dat in iedere leeftijdscategorie de percentages in typen eenzaamheid verschillen en dat het hierdoor wellicht nog lastiger wordt gemaakt om in het algemeen grip te kunnen krijgen op het probleem.

1.3 Typen eenzaamheid

Het begrip eenzaamheid kan worden ingedeeld in verschillende typen. Zo kan er sprake zijn van emotionele eenzaamheid, sociale eenzaamheid, existentiële eenzaamheid en chronische eenzaamheid.

Emotionele eenzaamheid speelt bij mensen die een intieme band met één of meerdere personen missen. Bij deze vorm van eenzaamheid gaat het vaak om een levenspartner die wordt gemist. [14] Wanneer ik een intieme band heb met iemand, kan ik mezelf zijn bij diegene, kan ik alles delen en is er blindelings vertrouwen. Om deze reden kan vanuit mijn beleving deze persoon ook een goede vriend of een familielid zijn en hoeft er niet altijd sprake te zijn van een levenspartner. Ondanks dat ik al ruim drie jaar vrijgezel ben, heb ik mij nooit

emotioneel eenzaam gevoeld. Dit heeft te maken met het feit dat ik twee hele goede vriendinnen heb in mijn leven waar ik op terug kan vallen en die ik blindelings kan vertrouwen.

Sociale eenzaamheid treedt op wanneer er contacten worden gemist waarmee gemeenschappelijke kenmerken worden gedeeld. Het sociale netwerk is dus tekortgeschoten. [15] Men zou zich hierdoor bijvoorbeeld ook eenzaam kunnen voelen in gezelschap of op een feestje. Zelf heb ik dit ook wel eens ervaren. Een aantal jaren geleden was ik op een feestje; veel mensen waren dronken of aangeschoten en ik zat hier nuchter tussenin. Doordat iedereen veel had gedronken, kon ik geen normaal gesprek meer voeren met hen. Onderling werden er wel gesprekken gevoerd, maar die waren op een totaal ander niveau door de drank. Ik voelde mij sociaal eenzaam, omdat ik geen verbinding en aansluiting kon vinden op dat moment.

Existentiële eenzaamheid komt voor bij mensen die zingeving missen in het leven. Men omschrijft deze vorm van eenzaamheid ook wel als een gevoel van zinloosheid. [16] Omdat ik het lastig vond om te bepalen hoe ik 'zinloosheid' in deze context moest opvatten, heb ik op de website van Van Dale de betekenis opgezocht van 'zinloos': *'zonder betekenis of nut'*. [17] Mensen die dus existentieel eenzaam zijn, hebben vanuit mijn beleving het gevoel dat ze in geen enkel opzicht een functie hebben en wellicht zelfs onnodig zijn. Ze kennen geen eigen plek of rol in het leven en hebben een verloren en zwervend gevoel. Ik denk dat mensen die existentieel eenzaam zijn wel sociale contacten hebben, maar dat ze hier hun eigen functie en betekenis niet in zien. Voor mijn gevoel lijkt het alsof mensen die existentieel eenzaam zijn een heel laag zelfbeeld hebben.

Er is sprake van chronische eenzaamheid wanneer eenzaamheid voor een langdurige periode aanhoudt. [18] Het lukt deze persoon niet om zijn en/of haar eenzaamheid op te lossen of te verminderen. Hierdoor wordt het een chronisch probleem. Het gevolg hiervan is dat het stresssysteem overbelast raakt en dat het hele lichaam regelmatig op scherp staat met allerlei gezondheidsgevolgen van dien. [19] Om deze reden is het vanuit mijn beleving heel belangrijk dat er preventief op eenzaamheid

wordt ingespeeld, omdat deze problemen bij sommige mensen door preventie wellicht voorkomen hadden kunnen komen. Een probleem voorkomen is beter dan er een genezen.

1.4 Proces vereenzaming

Over het algemeen verloopt het proces van vereenzaming op de volgende wijze: iemand ervaart een gevoel van leegte en ontevredenheid. Langzaam ontstaan er negatieve gedachten en verwachtingen over sociale situaties. Hierdoor begint een persoon zich langzaam terug te trekken. Om de leegte die ontstaat op te vullen, wordt er vaak bevrediging voor op de korte termijn gezocht, zoals ongezond eten, onveilige seks, overmatig drankgebruik, etc. De volgende stap in het proces van vereenzaming is dat de eigenwaarde van iemand daalt en dat hierdoor een persoon zich nog verder terugtrekt. Alledaagse problemen die spelen in het leven worden niet meer gedeeld met anderen. Hierdoor neemt de geborgenheid van iemand af waardoor het stressniveau stijgt en er andere gezondheidsklachten ontstaan. [20]

Wat mij opvalt aan het proces van vereenzaming, is dat de stappen heel helder en concreet staan beschreven. Iemand die aan het vereenzamen is, toont afwijkend gedrag. Wanneer iemand afwijkend gedrag vertoont, kan ik me bijna niet voorstellen dat niemand merkt dat er iets speelt (mits diegene natuurlijk al weinig contacten had). Aan de andere kant kan ik me dit wel voorstellen, omdat zo'n proces heel geleidelijk verloopt en de desbetreffende persoon een masker kan opzetten. Eenzaamheid vormt een onzichtbaar probleem, omdat het zich binnenin iemand afspeelt.

1.5 Kinder-bejaardenhuizen

In Japan, het meest vergrijzende land ter wereld, wordt er op een creatieve wijze omgegaan met vereenzaming onder ouderen. In dit land zijn er sinds 1976 verschillende complexen waar ouderen en kinderen samenwonen. Dit worden kinder-bejaardenhuizen genoemd. De kinderen en ouderen passeren elkaar iedere dag op de gezamenlijke buitenruimte en dagelijkse activiteiten worden met elkaar gemixt en samen uitgevoerd. Hierdoor worden er twee vliegen in één klap geslagen: kinderen leren van en over ouderen en de ouderen blijven actief en zijn minder eenzaam. Het effect

dat dit model op ouderen heeft is positief: ouderen die lijden aan Alzheimer leven op en hebben een beter dag- en nachtritme en er wordt doorgaans meer over de kinderen gepraat dan over eigen kwalen. [21] Dit soort initiatieven vormen vanuit mijn belevingen mooie, mogelijke oplossingen om eenzaamheid tegen te gaan. Hier zou ik mij als grafisch ontwerper graag door willen laten inspireren tijdens het schrijven van mijn scriptie.



Kinder-bejaardenhuizen in Japan. Bovenste afbeelding. [22] Onderste afbeelding. [23]



1.6 Cité Radieuse

Ook Le Corbusier leek in zijn tijd al bezig met het maken van verbindingen tussen mensen aan de hand van architectuur. In het ontwerp van Cité Radieuse, dat is gebouwd van 1947 tot 1952, worden alle appartementen in het complex met elkaar verbonden via interne luchtstraten. Aan de interne luchtstraten bevinden zich winkels en een hotel. Op het dak van het complex bevindt zich een gemeenschappelijk zonneterras dat kan worden gebruikt door alle bewoners en in het complex zelf bevinden zich verschillende voorzieningen, zoals een zwembad, loopcircuit, kinderopvang en sportzaal. [24]

Of dit ontwerp van Le Corbusier daadwerkelijk eenzaamheid tegen zou gaan, weet ik niet. De drempel om in dit complex onderling contact met elkaar te leggen wordt denk ik wel lager, omdat men in dit gebouw iets met elkaar gemeen heeft: iedereen woont in hetzelfde complex en kan gebruik maken van dezelfde voorzieningen. Hierdoor is de kans dat je elkaar regelmatig tegenkomt groot en de kans dat je met elkaar aan de praat raakt aannemelijk.



Foto's Cité Radieuse. Bovenste afbeelding: dak met zwembad. [25] Middelste afbeelding: gang met winkels. [26] Onderste afbeelding: zwart-wit foto. [27] Grote foto op linkerpagina: eigen foto.

1.7 Conclusie

De conclusie die ik uit dit eerste hoofdstuk kan trekken, is dat eenzaamheid een gecompliceerd begrip is. Voor een groot deel heeft dit te maken met het feit dat eenzaamheid een subjectief begrip is dat voor iedereen verschilt. De verschillende typen die binnen eenzaamheid bestaan, maken het er ook niet makkelijker op. Doordat je bijna niet aan de buitenkant van iemand kunt zien of hij en/of zij eenzaam is, vormt eenzaamheid een onzichtbaar probleem. Ondanks deze complexiteit kan er wel degelijk op eenzaamheid worden ingespeeld. Ik denk dat ik mij als grafisch ontwerper breed moet oriënteren in mijn scriptie, omdat ik op deze wijze kennis kan maken met diverse standpunten, visies en ontwerpen. In een complex probleem als eenzaamheid vind ik dit essentieel, omdat je vanuit mijn beleving dan tot de best mogelijke oplossing kunt komen.

- [1] Van Dijk & Canoy 2020, NRC, p. 18.
- [2] Hoenders & Hettema 2020.
- [3] Schreurs z.d.
- [4] Schoenmakers & Sant 2010.
- [5] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [6] Schoenmakers & Sant 2010.
- [7] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [8] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [9] Encyclo.nl z.d.
- [10] Eenzaam.nl (z.d.).
- [11] CBS 2020.
- [12] CBS 2020.
- [13] CBS 2020.
- [14] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [15] Eenzaam.nl z.d.
- [16] Eenzaam.nl z.d.
- [17] Van Dale z.d.
- [18] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [19] Eenzaamheid Informatie Centrum z.d.
- [20] Movisie 2018.
- [21] De Ruijter 2017.
- [22] Beeld Null 2017.
- [23] Beeld Null 2017.
- [24] Gosen 2019.
- [25] Dusheiko 2019.
- [26] Mesa 2019.
- [27] Architectuul.com 2019.

2.0 Eenzaamheid in de filosofie

Op welke wijze kijken filosofen en andere deskundigen tegen eenzaamheid aan?

Is hun visie negatief ten opzichte van eenzaamheid of zijn er ook positieve standpunten? Wat kan ik, als grafisch ontwerper, hiervan leren? In dit hoofdstuk breng ik drie denkers en een hoogleraar ter sprake die alle vier een totaal andere visie hebben op eenzaamheid.

2.1 Dirk de Wachter

De eerste denker die ik in dit hoofdstuk introduceer, is psychiater Dirk de Wachter. Hij vindt dat eenzaamheid iets is dat bij het leven hoort. *'Het is het lot van de mens om te worstelen met zijn eenzaamheid, perfect zal het nooit zijn. Ook jongeren mogen zich best af en toe eenzaam voelen'* [28] licht De Wachter toe. *'Het is een wezenlijke levenspositie die iedereen ondervindt. Het kan geen kwaad om daar af en toe in te zitten.'* [29] De Wachter bekijkt het probleem vanuit mijn beleving op een heel ander soort manier dan de negatieve blik die vaak vanuit de maatschappij aanwezig is. Hij draait het probleem om en probeert er een positieve twist aan te geven. Hierbij zegt De Wachter niet dat eenzaamheid geen groot probleem is, maar verlicht en relateert hij het wel vanuit mijn oogpunt.

Deze manier van kijken vind ik onderscheidend, vernieuwend en inspirerend. Volgens De Wachter is de oplossing op eenzaamheid door erover te praten met anderen. *'Spring in het diepe, blij zwemmen en wees niet bang om te verdrinken!'* [30] Over het algemeen ben ik het eens met zijn oplossing, maar ik denk dat deze oplossing vooral van toepassing is op mensen die een korte tijd het gevoel van eenzaamheid met zich meedragen. Mensen die bijvoorbeeld chronisch eenzaam zijn, verliezen vaak hun rol in de maatschappij. Met alleen praten denk ik niet dat deze mensen zomaar hun plek in de samenleving terug kunnen vinden. Iemand die zich bezighoudt met het onderzoeken van eenzaamheid en wie

ik goed vind aansluiten op de optimistische visie van De Wachter, is hoogleraar Klinische Neuropsychologie professor Erik Scherder. [31]

2.2 Erik Scherder

In het televisieprogramma, 'Erik Scherder Onderzoekt', [32] doet Scherder in de aflevering 'Gedeelde smart is halve smart' [33] onderzoek naar eenzaamheid. Hiervoor brengt Scherder een bezoek aan de TU in Eindhoven, waar wetenschappers onderzoeken wat voor rol technologie kan spelen in eenzaamheid. In dit onderzoek spelen diverse chatbots de hoofdrol, waarbij het vermogen wordt gecreëerd dat ze hun eigen verhaal kunnen vertellen. De chatbot die wordt geïntroduceerd aan Scherder, heet Vincent en is te vinden op Facebook Messenger. Het unieke aan Vincent is, dat eenzame mensen hem kunnen helpen, door bijvoorbeeld adviezen te geven en naar hem te luisteren. Hierdoor krijgt men, zoals blijkt uit het onderzoek, een goed en verbonden gevoel.



Conversatie met chatbot Vincent [34]

Wanneer Scherder de TU verlaat, geeft hij nog een korte samenvatting van wat hij uit dit onderzoek heeft geleerd. Scherder denkt dat het bij eenzaamheid belangrijk is om eenzame mensen op een andere manier te benaderen, namelijk door juist hun om hulp te vragen in plaats van hun jouw hulp aan te bieden. Hierdoor wordt de kwaliteit en kennis geprikkeld en krijgen eenzame mensen het gevoel dat ze iets voor een ander kunnen betekenen. Het gevolg hiervan is, dat het gevoel van eenzaamheid iets kan afnemen.

Vanuit mijn beleving wordt de kern van dit onderzoek al vanaf 1976 toegepast in de kinder-bejaardenhuizen die ik in het vorige hoofdstuk heb benoemd. De kinderen die in de complexen wonen, kunnen leren van en over de ouderen door de gemixte activiteiten die er plaatsvinden. Hierdoor zouden de ouderen zich minder eenzaam kunnen voelen, omdat ze de kinderen met de kwaliteit en kennis die ze bezitten kunnen helpen.

Dit onderzoek van de TU wilde ik graag benoemen in mijn scriptie, omdat ik het onderscheidend en vernieuwend vind, maar ook omdat het een eventuele oplossing kan bieden. Wanneer ik er bijvoorbeeld achter zou komen dat er iemand in mijn naaste omgeving eenzaam is, zou ik zo snel mogelijk aan diegene willen vragen hoe ik hem en/of haar zou kunnen helpen.

Persoonlijk denk ik dat dit een hele natuurlijke reactie is, omdat je een ander wilt helpen met een probleem. Eigenlijk zou ik dat in dit geval dus niet moeten doen en zou ik de eenzame persoon juist om zijn en/of haar hulp moeten vragen, ook al voelt dit onnatuurlijk. Ik denk dat er van dit onderzoek veel kan worden geleerd en dat mensen die eenzaam zijn veel baat zouden kunnen hebben bij deze andere manier van benadering.

2.3 Jan Bor

Iemand die vanuit mijn beleving eenzaamheid verheerlijkt en op een voetstuk plaatst is filosoof Jan Bor. Bor vormt de tweede denker die ik aankaart in dit hoofdstuk. Hij ziet eenzaamheid juist als een vindplaats van creativiteit, jezelf, God en je bestemming in het leven. Vanuit zijn optiek maakt eenzaamheid, wanneer deze doorleeft is, een mens gevoeliger en ontvankelijker.

Bor schrijft dan ook: *'Zij is het beste dat een mens heeft. Ze vormt de toegang tot het rijke innerlijke landschap.'* [35] Persoonlijk zet ik achter deze visie mijn vraagtekens.

Wanneer je bewust kiest voor eenzaamheid, kan ik me voorstellen dat je creatiever wordt en zelfkennis over jezelf vergaart, omdat er dan geen ruis of afleiding in het spel kan zijn (zoals bijvoorbeeld de kluizenaar die ik in het vorige hoofdstuk heb benoemd). Wanneer eenzaamheid je overkomt, door bijvoorbeeld het overlijden van je partner, kies je er zelf niet voor. Om deze reden vraag ik mij dan ook af of dit creativiteit en zelfkennis bevordert. De eenzaamheid die ik probeer te omschrijven in deze twee situaties vind ik dan ook niet hetzelfde.

De persoon die zich bewust afzondert, heeft waarschijnlijk nog genoeg mensen om op terug te vallen, omdat diegene er bewust voor kiest zichzelf af te zonderen. De persoon waarvan de partner is komen te overlijden, heeft waarschijnlijk niemand of weinig mensen om op terug te vallen, omdat de eenzaamheid hem en/of haar is overkomen. Om deze reden vraag ik mij dan ook af of 'eenzaamheid' in de filosofie van Bor een gepast woord is. Ikzelf zou het eerder 'bewuste afzondering voor zelfontplooiing' noemen.

2.4 Hannah Arendt

De laatste denker die ik in dit hoofdstuk aankaart, is de Duits-joodse filosoof Hannah Arendt. Arendt heeft een negatieve visie tegenover eenzaamheid. Zij noemt het een tragiek om als 'onnodig' bestempeld te worden en om onvrijwillig afgesneden te zijn van de ander en van de wereld. Arendt noemt eenzaamheid ook wel 'de vloek van de moderne massamens'. Hierbij gebruikt ze woorden als ontworteld, geïsoleerd en niet gezien. [36] Wat ik bijzonder vind aan Arendt, is dat ze op een hele levendige en bijzondere manier het gevoel van eenzaamheid weet te omschrijven. Ik kreeg kippenvet van haar woorden toen ik ze las en ze raakten mij.

Het woord 'moderne massamens' wat Arendt gebruikt in haar visie, doet mij denken aan de manier waarop veel mensen in deze tijd leven: in hun smartphone en geïsoleerd in hun eigen bubbel. Echt contact wordt nog maar weinig gemaakt,

terwijl men met social media letterlijk in contact staat met de wereld. Dit zie ik vooral wanneer ik bijvoorbeeld in de trein zit. Bijna iedereen zit met z'n oortjes in op z'n smartphone te staren. Het is niet zo dat ik dit nooit doe, maar nooit voor een hele lange tijd achter elkaar, omdat ik weinig waarde hecht aan dat apparaat. Ik lees liever een boek of kijk graag naar buiten. De consequentie die dit voor mij heeft, is dat ik ook lastig contact met anderen kan maken, omdat iedereen in zijn en/of haar eigen bubbel zit. Het gedrag van de 'moderne massamens' heeft dus gevolgen voor hen zelf, maar ook voor de mensen in de buitenwereld.

2.5 Conclusie

Vanuit de filosofie wordt er dus op diverse manieren naar eenzaamheid gekeken. Waar De Wachter eenzaamheid ziet als iets dat bij het leven hoort, ziet Arendt eenzaamheid als een tragiek en kan Bor er de schoonheid van inzien. Ik denk dat het belangrijk is dat er op diverse manieren naar eenzaamheid wordt gekeken, omdat dit onze blik kritisch en scherp houdt. Ook laten deze diverse visies zien dat er niet één waarheid bestaat. Iedereen kan dus zijn en/of haar eigen betekenis geven aan eenzaamheid.

Wat ik hier als grafisch ontwerper van kan leren, is dat ik in mijn ontwerpen eenzaamheid op verschillende manieren kan positioneren en betekenis kan geven. Hier bestaat dus geen goed of fout in. Ook denk ik dat het belangrijk is dat er in de toekomst veel meer interdisciplinaire samenwerkingen moeten komen tussen wetenschappers en ontwerpers, omdat deze vakgebieden heel veel van elkaar kunnen leren en goed op elkaar aansluiten. Het onderzoek dat Erik Scherder bijvoorbeeld heeft bijgevoerd in de TU Eindhoven, vormt een heel mooi uitgangspunt waaruit ontwerpers te werk zouden kunnen gaan in de bestrijding en vermindering van eenzaamheid. Op dit moment hoor je hier vanuit mijn beleving nog veel te weinig over. In het volgende hoofdstuk ga ik onderzoeken wat voor rol eenzaamheid speelt in kunst.

- [28] Alderliesten, van de Maat & de Vries 2019.
- [29] De Bruijn 2020.
- [30] De Bruijn 2020.
- [31] Vrije Universiteit Amsterdam z.d.
- [32] EO z.d.
- [33] Scherder 2021.
- [34] Van Overbeeke 2021.
- [35] Van der Ven 2013.
- [36] Van der Ven 2013.

3.0 Eenzaamheid in kunst

Wat voor rol speelt eenzaamheid in kunst? Hoe wordt eenzaamheid verbeeld en wat voor soort betekenis krijgt het begrip? Wat kan ik hier als grafisch ontwerper van leren? Zou kunst een rol kunnen spelen in de bestrijding van eenzaamheid? In dit hoofdstuk bespreek ik drie kunstenaars en/of initiatieven die zich bezighouden met eenzaamheid in kunst.

3.1 The Art of Impact

Het eerste initiatief dat ik aandraag in dit hoofdstuk vormt The Art of Impact. [37] Deze organisatie houdt zich bezig met het onderzoeken en stimuleren van bestaande en nieuwe kunstprojecten. De voorwaarde is dat deze kunstprojecten een duidelijke impact moeten hebben op een maatschappelijk thema of vraagstuk. [38] The Art of Impact houdt zich dus sociaal maatschappelijk bezig en stelt hierbij de mens centraal. De werkwijze waarop The Art of Impact te werk gaat, doet mij denken aan social practice. [39] Social practice vormt een kunststroming waarbij men inspeelt op sociale en maatschappelijke kwesties. Samenwerking met verschillende groepen speelt hierin een belangrijke rol.

Met het kunstproject 'Voor Eenzaamheid' wil The Art of Impact geen oplossing bedenken voor eenzaamheid, maar wil het initiatief mensen juist op een andere wijze naar het begrip laten kijken aan de hand van kunst en social design. [40] Oftewel: het begrip eenzaamheid een nieuwe betekenis geven. Het doel hiervan is dat men in de toekomst op een andere manier kan omgaan met zijn eenzaamheid. Voor dit kunstproject ging The Art of Impact multidisciplinair te werk. Zo ontwikkelden bijvoorbeeld kunstenaars in samenwerking met ontwerpers diverse projecten waarbij mensen in

staat werden gesteld om op alternatieve wijzen om te gaan met eenzaamheid. De persoonlijke ervaring die men heeft met eenzaamheid vormt vaak het beginpunt van een gesprek, waarna een wens wordt uitgesproken voor verandering of een speciale boodschap voor aan de buitenwereld. 'Voor Eenzaamheid' richtte zich op plekken waar eenzaamheid weinig aandacht krijgt en waar er vaak ook een taboe rust op het onderwerp, zoals op de werkvloer, in het publieke domein en op scholen.



Foto's van diverse kunstprojecten binnen The Art of Impact.
Bovenste afbeelding: zou je van eenzaamheid kunnen houden? [41]
Middelste afbeelding: over de schoonheid van eenzaamheid. [42]
Onderste afbeelding: voight. [43]

Waar ik mij als grafisch ontwerper door laat inspireren in dit kunstproject, is de manier waarop The Art of Impact het begrip 'eenzaamheid' een nieuwe betekenis probeert te geven. Aan de hand van niet-standaard vraagstellingen en benaderingen worden mensen op een andere wijze aan het denken gezet. Door deze alternatieve benadering, krijgt vanuit mijn beleving het onderwerp minder lading en wordt eenzaamheid op een minder negatieve manier gepositioneerd.

Ook doet de werkwijze waarmee dit initiatief te werk gaat mij denken aan de visie van De Wachter. The Art of Impact probeert de ontvanger aan de hand van een andere soort benadering te laten spreken over eenzaamheid. De Wachter ziet praten over je eenzaamheid als oplossing, dus om deze reden lijkt het alsof The Art of Impact een reactie geeft op zijn visie. Door de enorme handgeschreven borden die de mensen van The Art of Impact met zich meedragen, krijg ik bijna een activistisch gevoel. Alsof The Art of Impact aan het demonstreren is tegen de manier hoe er met eenzaamheid wordt omgegaan.

3.2 Taal voor Eenzaamheid

Taal voor Eenzaamheid [44] vormt het tweede initiatief dat ik introduceer in dit hoofdstuk. Het kunstproject is opgezet en ontwikkeld door social designer en ontwerper Madeline Hageman. Hageman heeft een manifest [45] geschreven waarin staat beschreven dat ze een nieuwe taal wil ontwikkelen waarmee eenzaamheid bespreekbaar kan worden gemaakt.

Hageman stelt in dit manifest dat eenzaamheid vele vormen en gezichten kent, maar dat er maar één woord is om dit alles te omschrijven, namelijk 'eenzaamheid'. Als voorbeeld in het manifest heeft Hageman de 22 woorden gebruikt die in eskimo-taal worden gebruikt voor het beschrijven van sneeuw. Hierbij heeft ze het woord 'sneeuw' vervangen voor 'eenzaamheid'.

Apun: eenzaamheid
 Aput: uitgespreide eenzaamheid
 Nutagak: poedereenzaamheid
 Aniu: samengedrukte eenzaamheid
 Ersertok: bewegende eenzaamheid
 Akeirorak: nieuwe bewegende eenzaamheid
 Pukak: suikereenzaamheid
 Pokaktok: zoutachtige eenzaamheid
 Ayak: eenzaamheid op kleren
 Kimauguk: blokkerende eenzaamheid
 Kalyuqiak: geribbeld eenzaamheid
 Massak: met water gemengde eenzaamheid
 Auksalak: smeltende eenzaamheid
 Aniuik: eenzaamheid om te laten smelten
 Akilukkak: zachte eenzaamheid
 Miilik: heel zachte eenzaamheid
 Mitallak: zachte eenzaamheid die de opening in een gletsjer bedekt
 Sillik: harde, korstige eenzaamheid
 Kiksrukak: geglazuurde eenzaamheid in de dooi
 Mauya: eenzaamheid die doorgebroken kan worden
 Katiksunik: lichte eenzaamheid die diep genoeg is om over te kunnen lopen
 Iglupak: eenzaamheid voor het maken van iglo's.

Screenshot 22 woorden [46]

Aan de hand van (kunst)workshops wil Hageman de deelnemers nieuwe woorden laten ontwikkelen waarmee ze eenzaamheid op een verrassende en persoonlijke manier onder woorden kunnen brengen. Het doel hierbij is dat eenzaamheid in een ander perspectief wordt gezet en het onderwerp bespreekbaarder wordt gemaakt.

Wat ik bijzonder vind aan Taal voor Eenzaamheid, is de insteek waarmee Hageman te werk is gegaan. Hageman constateerde een probleem: namelijk dat er maar één woord is waar alle gezichten en vormen van eenzaamheid mee worden beschreven. Op dit probleem ging zij anticiperen door workshops te ontwerpen waarin men eigen woorden voor eenzaamheid kan bedenken. Deelnemers worden in dit geval geactiveerd om na te denken over hun eigen eenzaamheid en hier over te praten met anderen. Hierdoor wordt de drempel om over je eenzaamheid te durven praten lager gelegd, omdat iedereen dit doet.

Het initiatief van Hageman zou natuurlijk oneindig door kunnen blijven lopen en bestaan. Als grafisch ontwerper zie ik voor me dat er uiteindelijk een woordenboek zou kunnen worden ontworpen met alle woorden die uit de workshops zijn voortgekomen. Op deze manier kan er een handvat worden aangeboden aan de mensen die nooit hebben deelgenomen aan de workshops en wordt wellicht ook voor deze mensen de drempel lager gelegd om te kunnen praten over hun eenzaamheid. Ook zie ik het voor me dat er een toolkit van de workshops ontwikkeld zou kunnen worden en dat mensen in huiselijke kring aan de slag kunnen gaan met het bedenken en creëren van woorden. Op deze manier zou eenzaamheid ook in huiselijke kring gemakkelijker bespreekbaar kunnen worden.



Foto's workshop 'Nieuwe woorden voor Eenzaamheid creëren' [47]



3.3 Bilbao

Het laatste kunstwerk dat ik in dit hoofdstuk ter sprake breng, vormt een surrealistische sculptuur dat zich bevindt in Bilbao. [48]

De sculptuur van deze oude vrouw, die is gemaakt door Rubén Orozco, vormt een onderdeel van een campagne over eenzaamheid die is ontwikkeld door de Baskische Bank in Spanje. Vanaf een afstand lijkt het alsof de hyperrealistische sculptuur een echt persoon vormt. Wanneer je dichterbij komt en de oude vrouw bijna wilt aanspreken, zie je dat het niet om een echt persoon gaat. Door de lichaamshouding, ingetogenheid en de uitdrukingsloze blik van de sculptuur wordt er eenzaamheid gesuggereerd. De sculptuur is gebaseerd op een echt persoon, genaamd Mercedes. Deze vrouw is 88 jaar en ervaart zelf eenzaamheid.

Wat ik bijzonder vind aan dit sculptuur, is de wijze waarop eenzaamheid wordt aangekaart. Doordat de sculptuur van de oude vrouw zo echt lijkt, is er sprake van een verassingselement. Hierdoor wordt de ontvanger / kijker op een andere manier met eenzaamheid geconfronteerd dan met een standaard eenzaamheids campagne. Vanuit mijn beleving zou de sculptuur zelfs een soort schrikreactie kunnen veroorzaken, omdat het confronterend kan zijn om iemand op deze wijze in haar eentje te zien zitten.

Orozco heeft met de sculptuur op een krachtige manier eenzaamheid zichtbaar weten te maken. Normaal gesproken kun je niet zomaar aan de buitenkant van iemand zien of diegene eenzaam is. Doordat er een aantal aspecten in de sculptuur zijn uitvergroot en worden aangedikt, zoals bijvoorbeeld de lichaamshouding, weet Orozco eenzaamheid zichtbaar te maken. Ook helpt het mee dat de sculptuur zittend op een bankje midden op een plein is geplaatst. Hierdoor wordt het oog er naartoe getrokken.



Diverse foto's hyperrealistische sculptuur Bilbao. Van boven naar beneden.

Afbeelding 1: maakproces hyperrealistische sculptuur. [49]

Afbeelding 2: hyperrealistische sculptuur zittend op bankje in Bilbao. [50]

Afbeelding 3: zoom in op detail. [51]

Afbeelding 4: hyperrealistische sculptuur en Mercedes. [52]

De kritische noot die ik bij dit sculptuur heb, is de vraag wat de vervolgstap is. Mensen zien de sculptuur en worden geconfronteerd met eenzaamheid. Daarna worden er geen concrete handvatten aangeboden voor een eventuele vervolgstap. Dit vind ik jammer, omdat met de sculptuur de aandacht van mensen op een krachtige wijze wordt getrokken. Als grafisch ontwerper had ikzelf geprobeerd de ontvanger iets mee te geven waarmee het gesprek over eenzaamheid met anderen gemakkelijker zou kunnen worden gestart. Dit met het doel om het praten over eenzaamheid makkelijker te maken en de hoop dat het taboe minder wordt.

3.4 Conclusie

De conclusie die ik uit dit hoofdstuk kan trekken, is dat kunst eenzaamheid op allerlei verschillende soorten manieren kan uitdrukken en positioneren. Zo weet bijvoorbeeld Orozco aan de hand van zijn hyperrealistische sculptuur eenzaamheid op een krachtige en unieke wijze te verbeelden. Ook kan kunst mensen laten nadenken over eenzaamheid, zoals Hageman dit haar deelnemers laat doen tijdens de workshops die ze heeft ontworpen.

The Art of Impact gaat weer op een hele andere wijze aan de gang: zij proberen aan de hand van kunst en social design het begrip 'eenzaamheid' een andere betekenis te geven. Om deze reden denk ik dat kunst een grote rol kan spelen in de bestrijding van eenzaamheid. Wat ik hier als grafisch ontwerper van kan leren, is dat het belangrijk is dat ik mij laat inspireren door kunst en kunstenaars tijdens het ontwerpproces.

- [37] The Art of Impact z.d.
- [38] The Art of Impact z.d.
- [39] Kickstarter 2019.
- [40] The Art of Impact z.d.
- [41] The Art of Impact z.d.
- [42] Roozenburg z.d.
- [43] Carlier z.d.
- [44] Taal voor Eenzaamheid z.d.
- [45] Taal voor Eenzaamheid z.d.
- [46] Taal voor Eenzaamheid z.d.
- [47] Taal voor Eenzaamheid z.d.
- [48] Spanje Vandaag 2019.
- [49] BBK Invisible soledad z.d.
- [50] BBK Invisible soledad z.d.
- [51] BBK Invisible soledad z.d.
- [52] Fundacom z.d.

4.0 De taak van de grafisch ontwerper

Tijdens het creëren van ontwerpen, draagt een grafisch ontwerper een belangrijke taak met zich mee. Een goed ontwerp liegt vanuit mijn beleving mensen niet voor, zet men niet op een verkeerd been, maar communiceert helder en geeft mensen de kans om een eigen mening te vormen. In het ontwerp vak bestaan er diverse methoden waarmee je kan ontwerpen. In dit hoofdstuk behandel ik een aantal van deze methoden en reflecteer ik hierop. Welke van deze methoden zouden het beste kunnen worden toegepast in de bestrijding en vermindering van eenzaamheid? En welke niet? Wat vormt uiteindelijk de ideale methodiek?

4.1 Kalmerend of activerend

De eerste methode die ik in dit hoofdstuk aan de kaart breng, is die van Max Bruinsma. Volgens Bruinsma bestaan er twee professionele strategieën die kunnen worden ingezet tijdens het ontwerpen: een ontwerper kan de ontvangers van een ontwerp benaderen als een groep die gekalmeerd moet worden en als een groep die geactiveerd moet worden.

Bij een kalmerend ontwerp is het doel van de ontwerper om de ontvanger een boodschap kritiekloos te laten accepteren. In dit geval staat de ontwerper vaak in dienst van een opdrachtgever. Hierdoor is er weinig vrijheid en speelruimte. Bij een activerend ontwerp is het juist het doel om de ontvanger aan het denken te zetten en informatie te verschaffen waarmee weloverwogen keuzes kunnen worden gemaakt. Hierbij maakt het niet uit wat voor standpunt de ontvanger heeft. In dit geval heeft de ontwerper dus een neutrale rol en is er veel meer vrijheid. [53]

Om de problematiek rondom eenzaamheid aan te pakken, denk ik dat het belangrijk is dat de ontwerper een activerende rol aanneemt, omdat de ontvangers in actie moeten gaan komen. Het probleem moet worden aangepakt en dat gebeurt niet wanneer het publiek het probleem kritiekloos zou accepteren. Er zou dus informatie moeten worden verschaft vanuit het ontwerp waarmee de ontvanger op een eigen manier actief aan de slag zou kunnen gaan.

4.2 First Things First Manifesto

De tweede methode die ik in dit hoofdstuk ter sprake breng, vormt de ontwerp visie van het First Things First Manifesto dat in 1964 is geschreven door Ken Garland.

Het First Things First Manifesto heeft als functie om bewustzijn op te roepen bij ontwerpers en vraagt hen wat voor rol hun als ontwerper zouden willen innemen. Het manifest communiceert dat design niet alleen voor commerciële doeleinden moet worden gebruikt, maar ook voor de wereld om zich heen. [54]

In complexe maatschappelijke vraagstukken, zoals eenzaamheid, denk ik dat het belangrijk is dat de sociaal maatschappelijke context een grote rol speelt. Wanneer een verdienmodel een grotere rol zou spelen, denk ik niet dat het probleem zomaar opgelost of verminderd kan worden, omdat geld dan een grotere rol speelt dan het individu. In het manifest wordt wel benoemd dat vanuit hun visie commercieel ontwerpen niet afgeschaft zou hoeven te worden. Ik interpreteer dit met de gedachte dat ontwerpers bewust moeten nadenken over de ontwerpen wanneer deze voor commerciële doeleinden worden gebruikt en dat de ontvanger van de boodschap niet wordt voorgelogen.

Een goed voorbeeld van een ontwerp waarin een gulden middenweg is gevonden tussen de sociaal maatschappelijke context en het commercieel ontwerpen vind ik het Kletspakket [55] van de Jumbo.



Foto Kletspakketten die te koop zijn in de Jumbo tijdens de 'Week tegen Eenzaamheid' [56]

Ondanks dat Jumbo een commercieel beleid voert en ze erop uit zijn om geld te verdienen, [57] wordt in dit ontwerp de sociaal maatschappelijke context niet vergeten. Tijdens de 'Week tegen Eenzaamheid' in september jongstleden [58] werd in de Jumbo het Kletpakket verkocht. Het Kletpakket bevat een vers maaltijdpakket, een 'van mij voor jou' weggeefdoosje en een wenskaartje. Jumbo wil hiermee haar klanten op een laagdrempelige manier inspireren om eenzaamheid tegen te gaan en voor een ander te koken. Het idee en de intentie achter dit project vind ik sterk en bijzonder, omdat in mijn beleving een klein gebaar al een hoop kan doen. Vooral ook omdat eten vaak iets is dat mensen met elkaar verbindt.

4.3 Complexe vraagstukken

In het artikel 'Onderzoek & Design' stelt Kees Dorst dat er op een andere manier naar complexe vraagstukken moet worden gekeken dan nu wordt gedaan. Dit standpunt van Dorst vormt de derde methode in dit hoofdstuk. Design is zoveel meer verschillende soorten kennis gaan bevatten, dat het voor één persoon haast onmogelijk is geworden dit in z'n eentje bij te benen. Volgens Dorst moeten ontwerpers vandaag de dag hun vaardigheden in onderzoeken verder ontwikkelen. Een ontwerper moet in staat zijn om informatie te zoeken, deze te verzamelen, samen te vatten en daadwerkelijk te begrijpen. Dorst reikt hierbij drie handvatten aan voor in de praktijk.

Ten eerste is het volgens Dorst belangrijk om een stap terug te doen en te kijken hoe design probeert om te gaan met complexiteit. Ten tweede moet er worden gekeken naar de menselijke verlangens, behoeftes en het gedrag. Hierbij kan observatie veel waardevolle informatie opleveren. En ten derde is het belangrijk dat de ontwerper er rekening mee houdt dat er een koppeling wordt gelegd tussen objecten en mensen. Uiteindelijk wordt er 'iets' voor 'iemand' gemaakt en is het dus belangrijk dat er persoonlijkheid en/of menselijkheid in een ontwerp zit. [59]

Door deze methode laat ik mij als grafisch ontwerper graag inspireren, omdat er concrete handvatten worden aangeboden. Dit betekent niet dat deze methode de juiste is, maar de manier van kijken naar complexiteit spreekt mij aan. Door de wijze waarop de methode is opgebouwd, denk ik dat je

consequent alle kanten van het probleem onderzoekt. Hierbij ga je niet uit van aannames, maar ga je grondig onderzoek verrichten. Hierdoor is de kans groot dat je ontwerp effectiever is en dat deze daadwerkelijk het doel bereikt dat is gesteld en hierbij het complexe vraagstuk (deels) oplost. Ik zeg eerlijk dat ik dit als ontwerper niet genoeg doe, dus daarom helpt deze methode mij hieraan te herinneren. Een aanpak als deze zou in een complex probleem als eenzaamheid denk ik heel effectief kunnen werken. Ook omdat je heel bewust de menselijke verlangens, behoeftes en het gedrag zou onderzoeken. Hieruit kan je hele belangrijke informatie halen en zou het probleem op een hele andere manier aangepakt kunnen worden dan nu vaak wordt gedaan.

4.4 Kansen en oplossingen

Het vierde voorbeeld in dit hoofdstuk vormt niet echt een methode, maar meer een standpunt. Jeroen Junte schrijft in zijn 'Next up essay' over een nieuwe generatie Dutch designers die zijn gevormd door de economische crisis in de jaren tien. Door hen wordt er gedacht in kansen en oplossingen en niet in problemen en obstakels.

Ontwerpers van nu roepen niet alleen vragen op, maar proberen deze ook te beantwoorden. Hieruit concludeert Junte dat ze denken en doener ineen zijn en dat er wordt vertrouwd op het probleemoplossend vermogen van design. Er wordt gestreefd naar een positieve bijdrage aan maatschappelijke vraagstukken. Het gevolg hiervan is dat er steeds meer van ontwerpers wordt verwacht. [60] Ik vraag mij af hoe realistisch deze verwachtingen zijn en al helemaal in complexe maatschappelijke vraagstukken, zoals eenzaamheid.

Iedereen ervaart eenzaamheid op een unieke wijze. Om deze reden vraag ik mij af of het effectief is om het probleem op landelijk niveau aan te pakken. Natuurlijk zou bepaalde informatie op landelijk niveau kunnen worden doorgecommuniceerd, maar zou het probleem niet veel persoonlijker moeten worden aangepakt? Zou men bijvoorbeeld niet handvatten aangereikt kunnen krijgen waarmee ze aan de slag zouden kunnen gaan? Want uiteindelijk moeten mensen toch zelf het probleem, dat zich vanbinnen afspeelt, zien op te lossen. Een ontwerper kan zoiets niet doen, maar zou dus wel de middelen

kunnen aanreiken die men kan toepassen en gebruiken. Of nog beter: zou een ontwerper niet preventief kunnen inspelen op het probleem, zodat eenzaamheid geen of minder kans heeft?

Een krachtig voorbeeld van preventief inspelen op sociale eenzaamheid vind ik een case die is ontworpen door Afdeling / Buitengewone Zaken, genaamd het 'Kennismakingsdiner Startpakket'. [61] Afdeling / Buitengewone Zaken houdt zich bezig met het onderzoeken en verhelderen van complexe maatschappelijke vraagstukken. [62]

SOR (Stichting Ouderenhuisvesting Rotterdam) is een woningcorporatie met de belofte 'Een thuisgevoel voor iedereen'. Aan Afdeling / Buitengewone Zaken was het de taak om in te springen op deze visie en ervoor te zorgen dat deze belofte waar kon worden gemaakt. Dit deden zij met het ontwerpen van het Kennismakingsdiner Startpakket. Het diner en de begeleiding zijn op een dusdanige manier ontworpen, dat mogelijke verbindingen tussen nieuwe bewoners en bestaande bewoners, zoals interesses of hobby's, worden blootgelegd. Dit gebeurt aan de hand van kaartjes met open vragen.



Kennismakingsdiner Startpakket in gebruik door bewoners van SOR [63]

De kritische noot die ik als grafisch ontwerper bij dit ontwerp wil plaatsen, is dat op den duur wellicht de vragen zouden kunnen gaan vervelen. Wanneer iemand al een tijdje in het complex woont en bijvoorbeeld voor de zesde keer het Kennismakingsdiner bijwoont, zou ik me kunnen voorstellen dat iemand op een gegeven moment de afweging gaat maken om niet meer deel te nemen. Dit met de reden dat het geheel voorspelbaar zou kunnen worden.

Aan de andere kant kan ik me ook voorstellen dat dit niet zou gebeuren, omdat de gesprekken die worden gevoerd tussen de nieuwe bewoners en de bewoners die al voor langere tijd in het complex wonen altijd anders zullen zijn. Ik denk dat dit belangrijk is om door te communiceren in het ontwerp aan de bewoners, omdat anders wellicht de interesse op den duur zou kunnen gaan verzwakken. Al met al vind ik dat deze kritische noot het ontwerp niet minder goed maakt; ik vind de wijze waarop het Kennismakingsdiner Startpakket preventief inspelt op eenzaamheid krachtig, vernieuwend en laagdrempelig.

4.5 Service Design

De laatste methode die ik behandelen in dit hoofdstuk vormt het begrip 'Service Design'. Service Design houdt zich bezig met de gebruikservaring van diensten. Hierbij is het de bedoeling dat deze zo optimaal en efficiënt mogelijk wordt gemaakt. Ook speelt gebruiksvriendelijkheid hier een belangrijke rol in. [64] Zou het bestrijden van eenzaamheid niet als Service Design kunnen worden gezien? Het preventief inspelen op eenzaamheid en proberen eenzaamheid te verminderen vormen uiteindelijk ook een dienst die je aan de hand van een ontwerp als grafisch ontwerper verleent. Ik denk dat deze andere benadering verlichtend zou kunnen helpen, omdat vanuit mijn beleving hierdoor de last minder zwaar lijkt die je als ontwerper met je meedraagt.

4.6 Conclusie

De conclusie die ik uit dit hoofdstuk kan trekken, is dat het in de bestrijding en vermindering van eenzaamheid belangrijk is om activerend te ontwerpen met een sociaal maatschappelijke blik, waarbij de mens centraal staat. Hierbij is commercieel ontwerpen mogelijk, zolang dit maar niet de overhand heeft. Ook is het belangrijk om niet te gaan ontwerpen naar aanleiding van aannames. In een complex probleem als eenzaamheid is het belangrijk om veldonderzoek te doen en in gesprek te gaan.

Het is ook belangrijk om in het achterhoofd te houden dat een ontwerp wordt gemaakt voor een mens. Om deze reden denk ik dat het belangrijk is dat er persoonlijkheid en menselijkheid zit verwerkt in een ontwerp. Junte stelt dat je als ontwerper een grote verantwoordelijkheid met je meedraagt en dat er in het huidige tijdperk veel van je wordt verwacht. Ikzelf denk dat het verlichtend zou kunnen helpen door ontwerpen te zien als een service die je verleent.

Simpel gezegd, alsof je de ramen gaat zemen bij je oma, maar dan iets ingewikelder. Al deze punten vormen vanuit mijn beleving samen de ideale methodiek om als grafisch ontwerper de strijd aan te gaan met eenzaamheid.

[53] Bruinsma 2006, p. 26-28.

[54] The Brand Identity z.d.

[55] Jumbo 2020.

[56] Jumbo 2020.

[57] Jumbo z.d.

[58] Een Tegen Eenzaamheid z.d.

[59] Dorst 2012, p. 122-126.

[60] Junte z.d.

[61] Afdeling / Buitengewone Zaken z.d.

[62] Afdeling / Buitengewone Zaken z.d.

[63] Afdeling / Buitengewone Zaken z.d.

[64] Afdeling / Buitengewone Zaken z.d.

5.0 De rol van de grafisch ontwerper in de strijd tegen eenzaamheid

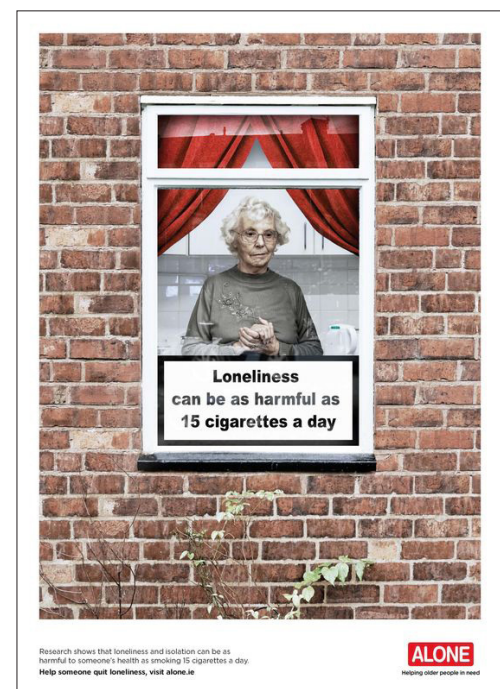
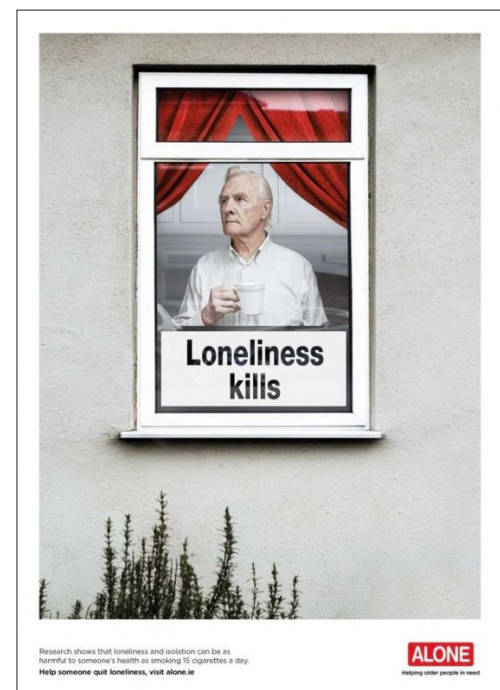
In het vorige hoofdstuk heb je kunnen lezen waar een goed ontwerp tegen eenzaamheid vanuit mijn beleving aan moet voldoen. In dit hoofdstuk heb ik een onderzoek uitgezet op zes verschillende ontwerpen en campagnes die zijn ontworpen door (grafisch) ontwerpers. Alle ontwerpen en campagnes heb ik geanalyseerd aan de hand van een aantal vaste parameters en vergelijk ik aan het einde van het hoofdstuk met elkaar. Zijn er overeenkomsten in de projecten of juist niet? Wat betekent dit?

5.1 Loneliness Kills

Het eerste ontwerp dat ik ter sprake breng in dit hoofdstuk vormt een affichecampagne genaamd 'Loneliness Kills' [65] dat is ontworpen door ontwerp bureau Superdream. [66] De afzender van de affiches vormt Alone; een Ierse organisatie die zich bezighoudt met het ondersteunen van ouderen om thuis oud te worden. [67] Het uitgangspunt hiervan vind ik mooi, maar ook belangrijk, omdat ik persoonlijk denk dat het goed is voor ouderen om zo lang mogelijk zelfstandig thuis te blijven wonen.

Een nadeel wat hieraan verbonden is, is dat de ouderen hierdoor gemakkelijker kunnen vereenzamen, omdat de kans groot is dat de levenspartner is komen te overlijden en de ouderen geen (of nog maar een klein) sociaal netwerk (meer) hebben. Om deze reden denk ik dat Alone, aan de hand van deze affichecampagne, de Ierse bevolking wil attenderen op eenzaamheid onder thuiswonende ouderen en de gezondheidsgevolgen hiervan. Met deze affichecampagne wordt er dus ingespeeld op emotionele en sociale eenzaamheid.

Wat ik heel krachtig vind aan de affiches, is het beeld dat aan de hand van een metafoor wordt weergegeven. In de ontwerpen wordt de link gelegd met dat eenzaamheid even slecht en dodelijk is als het roken van 15 sigaretten per dag.



Bovenste afbeelding: affiche Loneliness Kills [68]
Onderste afbeelding: affiche 15 cigarettes [69]

Superdream heeft in het raam aan de hand van de rode gordijnen, het witte vlak met de zwarte rand en de typerende typografie van waarschuwingen op rookwaren geprobeerd de verpakking van Marlboro sigaretten na te bootsen. Hierbij zijn de oudere personen centraal in de compositie neergezet en wordt het meteen duidelijk dat deze boodschap betrekking heeft tot hen. De boodschap die hierbij in het witte vlak is gezet, komt meteen over als waarschuwing, omdat de typografie in het witte vlak refereert aan de waarschuwingen op rookwaren.

Ook heeft de kleur rood in deze affiches een alarmerende functie. Al deze aspecten werken confronterend, wellicht zelfs choquerend, en zetten de ontvanger aan tot denken. Het beeld in deze affiches doet mij denken aan de visie van Hannah Arendt, omdat er op een hele krachtige wijze zichtbaar wordt gemaakt hoe deze mensen onvrijwillig van de wereld zijn afgesneden. Persoonlijk zie ik dit vooral in de wanhopige gezichtsuitdrukking en de lusteloze lichaamshouding.

Aan de hand van deze affiches wordt er preventief ingespeeld op eenzaamheid, omdat de ontvanger wordt voorgelicht over het onderwerp. Er worden geen concrete handvatten aangeboden met mogelijke vervolgstappen die de ontvanger zou kunnen ondernemen na constatering van eenzaamheid. Om deze reden vind ik de preventie van deze affiches wel een beetje mager. Als ik als grafisch ontwerper zelf aan dit ontwerp had gewerkt, had ik ervoor gezorgd dat de ontvanger informatie had verkregen met acties die ondernomen zouden kunnen worden. Dit neemt niet weg dat ik nog steeds heel erg onder de indruk ben van het krachtige beeld dat wordt neergezet.

5.2 Mind Craft

Het tweede ontwerp in dit hoofdstuk vormt 'Mind Craft', [70] wat is ontworpen door de Poolse Jan Sikore, Ewa Siostrzonek en Katarzyna Maliszewska. De opdrachtcontext die aan dit ontwerp was verbonden, was dat er aan de hand van design en architectuur een manier moest worden gevonden om eenzaamheid tegen te gaan. De doelgroep vormt mensen die wonen in steden.

Mind Craft vormt een manier waarop inwoners van steden hun stad kunnen inrichten aan de hand van gekleurde blokken.

Men kan voor zichzelf bouwen, maar ook voor anderen. De kleuren van de blokken mogen zelf worden gekozen, maar hier zitten wel specifieke kenmerken aan verbonden (zie onderste afbeelding). De blokken worden gemaakt van gerecycled plastic en zijn gratis op te halen op plekken die liggen rondom steden. Sommige blokken zijn zo groot, dat er alleen met behulp van anderen mee kan worden gebouwd. Het doel hiervan is dat er op een natuurlijke wijze samenwerking ontstaat, wat dan ook de verbindende factor vormt.

Hierdoor wordt er preventief ingespeeld op alle typen eenzaamheid, omdat men contacten legt, die later kunnen zorgen voor een intieme band, en anderen kan helpen. Wat voor bestemming de gebouwde objecten krijgen, is aan de mensen zelf. De ontwerpers van Mind Craft voorspellen dat er in de objecten workshops, tentoonstellingen, sport, meditatie en entertainment gaan plaatsvinden. Deze bezigheden zijn vaak activiteiten die mensen verbinden en waar ook nieuwe contacten kunnen worden gelegd. Dit ontwerp verleent dus een preventieve service tegen eenzaamheid.



Visuals Mind Craft (inclusief afbeelding op pagina 44) [71]

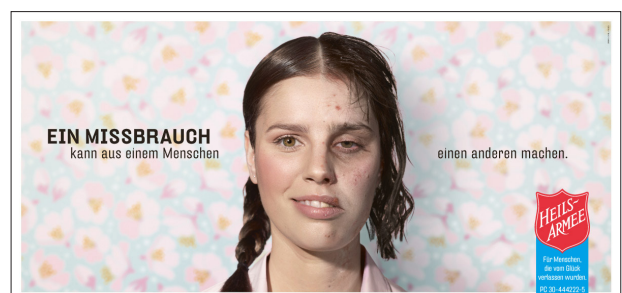


Wat mij aanspreekt aan Mind Craft, is de wijze waarop de ontwerpers samenwerking willen laten ontstaan op een speelse manier. Door dit op een subtiele en sturende wijze te doen met blokken die je niet in je eentje kunt tillen, zou het zelfs kunnen dat de bouwers dit niet door hebben. In vakterm wordt dit ook wel Persuasive Design genoemd. Hierbij wordt een poging gedaan tot het bewust beïnvloeden van iemands gedrag en/of houding. [72] Inwoners van deze steden worden dus onbewust geactiveerd om samen te werken. Ook vind ik het interessant dat de ontwerpers kleur hebben gekoppeld aan een specifiek kenmerk. Wanneer je als individu dus met iemand zou willen praten, dan weet je van tevoren dat je op zoek moet gaan naar een ruimte met (veel) oranje kleuren.

Wat ik jammer vind, is dat mensen met een handicap en ouderen die niet meer goed kunnen tillen worden uitgesloten. Wellicht dat deze groep een sturende rol zou kunnen krijgen in het geheel. Hierbij zouden ze bijvoorbeeld de bouwers aanwijzingen kunnen geven tijdens het bouwen, maar de groep zou ook deel kunnen nemen aan de activiteiten in de objecten. Ik denk dat het belangrijk is voor de ontwerpers om dit goed door te communiceren, omdat er anders wellicht daadwerkelijke buitensluiting zou kunnen ontstaan.

5.3 Heilsarmee

Deze derde campagne die ik ter sprake breng in dit hoofdstuk, is ontworpen door een Zwitsers ontwerp bureau genaamd Spinas Civil Voices. [73] De afzender van deze affiches vormt het Heilsarmee (het Duitse Leger des Heils). [74] In deze campagne weergeeft Spinas Civil Voices doornormale mensen die zijn overvallen door het noodlot.



Liggende affiches voor de campagne van het Heilsarmee [75]

Het ontwerp bureau noemt deze campagne ook wel een 'Halb-und-Halb-Kampagne'. De opdrachtcontext die aan deze ontwerpen is verbonden, was dat Spinas Civil Voices op zoek moest gaan naar een manier om het werk van het Heilsarmee op een moderne en eigentijdse manier neer te zetten, omdat veel mensen in Duitsland een ouderwets beeld hebben van de organisatie. [76] Wellicht dat je als lezer nu denkt: wat heeft dit met eenzaamheid te maken? Het Heilsarmee biedt onder andere ook hulp aan eenzame mensen, zoals je in deze campagne kunt zien. Om deze reden ik ervoor heb gekozen om deze campagne te verwerken in mijn scriptie, maar ook met de reden dat ik de beelden heel krachtig vind door de twee uitersten die worden weergegeven.

De ontvanger van de beelden in deze campagne wordt geconfronteerd met de gevolgen die een noodlottige situatie, zoals een faillissement, eenzaamheid of een misbruik met zich mee kunnen brengen. Doordat de personen in de affiches doodnormale mensen zijn, wordt het beeld nog krachtiger, omdat jijzelf ook die persoon had kunnen zijn die dit was overkomen. Hierdoor wordt men geconfronteerd met het feit dat het leven in ene keer totaal kan veranderen en dat niemand hier controle over heeft. Dit maakt de campagne laagdrempelig, realistisch en geloofwaardig.

Doordat er in de affiches twee uiterste situaties worden weergegeven, ontstaat er een confronterend en bijna choquerend beeld. Het beeld in deze campagne doet mij denken aan de visie van Hannah Arendt, omdat er op een hele krachtige wijze zichtbaar wordt gemaakt hoe deze mensen onvrijwillig van de wereld zijn afgesneden. Door het grote contrast in het beeld tussen de linker gezichtshelft en de rechter gezichtshelft spat de wanhoop bijna uit de affiches.

Aan de hand van de campagne wordt er niet preventief ingespeeld op noodlottige situaties, zoals eenzaamheid. Dit is logisch, omdat dit niet de opdrachtcontext was. Door de tekst 'Für menschen die von Glück verlassen wurden' worden de beelden nog krachtiger, omdat de tekst verwijst naar de mensen op de affiches, maar ook naar het werk dat het Heilsarmee verricht. Hierdoor wordt de ontvanger aangezet tot denken over de positie van het Heilsarmee in de maatschappij en wordt de ontvanger nog een keer geconfronteerd met het feit dat het leven in ene keer totaal kan veranderen en dat niemand hier controle over heeft.

Wat mij als grafisch ontwerper inspireert aan deze campagne, zijn de krachtige en prikkelende beelden. Aan de hand van een redelijk simpel concept wordt er een enorm sterk beeld neergezet. 'Less is more' is hier dus zeker van toepassing. Dit inspireert mij als grafisch ontwerper, omdat een goede campagne dus niet iets ingewikkelds hoeft te zijn. De ontvanger moet een beeld zien en zou dit meteen moeten begrijpen.

5.4 UseFul

De app 'Useful' [77] vormt het vierde ontwerp dat ik introduceer in dit hoofdstuk.

De app is ontwikkeld en ontworpen door Natalia en zes andere onbekende designers. Er werd gewerkt vanuit de volgende opdrachtcontext: 'How to contribute with technology to overcome social isolation and loneliness in the cities?' De doelgroep van de app vormen mensen die wonen in steden.



Prototype van de app Useful [78]

De app heeft als functie om mensen een nuttiger gevoel te geven: aan zichzelf, maar ook aan de sociale omgeving waarin men leeft. Je kan bijvoorbeeld zelf een takenlijst samenstellen voor de dag en de taken één voor één afstrepen wanneer je deze hebt voltooid. Persoonlijk geeft mij dit altijd een nuttig gevoel, omdat ik dan visueel kan zien wat ik allemaal op een dag heb gedaan. Ook kunnen mensen een oproep doen met een hulpvraag.

Een gebruiker kan bijvoorbeeld op zoek zijn naar een gitaarleraar. Wanneer een andere gebruiker van de app gitaarleraar is en het leuk vindt om zijn en/of haar expertise te leren aan een ander, kan er worden gereageerd op de oproep. Hierdoor ontstaat er een wisselwerking van vraag en aanbod tussen de gebruikers. Het concept achter deze app vind ik krachtig, omdat er wordt ingespeeld op twee verschillende soorten eenzaamheid, namelijk existentiële eenzaamheid, omdat je jezelf nuttig kunt maken voor jezelf of een ander, en sociale eenzaamheid, omdat je contacten kunt leggen met anderen. Useful verleent dus de service om eenzaamheid tegen te gaan.

Ook doet de app mij denken aan het onderzoek dat Erik Scherder had bijgewoond aan de TU. Doordat er in de app wordt gevraagd naar de kwaliteit en kennis van mensen, vindt er een andere soort benadering plaats. Hierdoor kunnen eenzame gevoelens die mensen eventueel met zich meedragen iets afnemen, omdat ze met hun expertise iets voor een ander kunnen betekenen. Indien mensen geen eenzame gevoelens met zich meedragen, wordt er door deze benadering vanuit mijn beleving preventief op ingespeeld. Useful biedt dus concrete handvatten aan en activeert de gebruiker.

Doordat er geen verdere verplichtingen aan de app zitten verbonden, is deze laagdrempelig en gemakkelijk te gebruiken. Als je er dus voor kiest om de app alleen voor jezelf te gebruiken en geen reactie te geven op gebruikers die je hulp zouden kunnen gebruiken, is dat ook goed. Ook zou de app door alle bevolkingslagen kunnen worden gebruikt. Het enigste minpunt zou kunnen zijn dat ouderen uit deze tijd moeite zouden kunnen hebben met het gebruik van de app, omdat ze het gebruik van een smartphone lastig vinden. Bij de volgende generatie ouderen zou dit probleem denk ik al minder van toepassing zijn.

5.5 Kennismakingsdiner Startpakket

Het vijfde ontwerp dat introduceer in dit hoofdstuk, komt je waarschijnlijk bekend voor. Het 'Kennismakingsdiner Startpakket' van Afdeling / Buitengewone zaken wilde ik nog een keer ter sprake brengen, omdat ik vind dat er in dit ontwerp op een krachtige en effectieve wijze veldonderzoek is gedaan. [79] Jammer genoeg heb ik hier bij voorgaande projecten die ik heb besproken niks over kunnen vinden.



Kennismakingsdiner Startpakket in gebruik door bewoners van SOR [80]

Tijdens het veldonderzoek dat Afdeling / Buitengewone Zaken uitvoerde voor de ontwerpfase van het Kennismakingsdiner Startpakket, bleek dat er in een hele korte tijd veel nieuwe bewoners in het complex waren komen te wonen. Hiervoor was het ontwerpbureau in gesprek gegaan met de huismeester, de bewoners en het lokale netwerk. Ook constateerde Afdeling / Buitengewone Zaken dat er zich diverse voorzieningen bevinden op de begane

grond in de gebouwen van SOR. Dit is praktisch voor de bewoners, maar een mogelijk gevolg hiervan zou kunnen zijn dat ze nog maar weinig buitenkomen.

Uit de gesprekken die het ontwerp bureau met de bewoners had gevoerd, bleek dat sommigen de overgang van hun eigen huis naar een nieuwe woning een grote stap vonden, mede doordat dit vaak een handeling uit noodzaak is. Voor bewoners die al een langere tijd in het complex wonen, wordt het niet als vanzelfsprekend gezien om contact te leggen met nieuwe bewoners. Mede doordat men vaak niet goed weet wie er wel of niet in het gebouw thuishoort.

Aan de hand van het Kennismakingsdiner wordt er ingespeeld op dit probleem en wordt er ruimte gemaakt voor ontmoetingen tussen nieuwe bewoners en bewoners die al een tijdje in het complex wonen. Ook heeft het Kennismakingsdiner het doel om bewoners sneller een thuisgevoel te geven. Hierdoor wordt er in mijn beleving een kloof gedicht en wordt er een omgeving gecreëerd waarin mensen geen vreemden meer van elkaar zijn. Het ontwerp activeert de bewoners om actief contact met elkaar te leggen en biedt hier ook handvatten voor aan door middel van de kaartjes met vragen.

Ik vind dat Afdeling / Buitengewone Zaken er in dit ontwerp goed in is geslaagd om informatie te zoeken, deze te verzamelen, samen te vatten en daadwerkelijk te begrijpen. De manier waarop de ontwerpers te werk zijn gegaan, doet mij denken aan de methode van Kees Dorst. De ontwerpers hebben vanuit mijn beleving op een krachtige wijze gekeken en geluisterd naar de menselijke verlangens, behoeftes en het gedrag. Uiteindelijk resulteerden al deze gegevens in een menselijk en op maat gemaakt ontwerp waar de bewoners van SOR daadwerkelijk iets aan hebben. Hier laat ik mij als grafisch ontwerper graag door inspireren en kan ik ook veel van leren. Het Kennismakingsdiner Startpakket levert een service tegen sociale eenzaamheid onder ouderen, door interesses en hobby's bloot te leggen. In dit ontwerp vind ik dus zeker dat er sprake is van Service Design.

5.6 SIRE, campagnes door de jaren heen van 1968 tot 1995

De laatste ontwerpen die ik aankaart in dit hoofdstuk, vormen een serie campagnes van SIRE. De makers van deze campagnes zijn onbekend. De afkorting SIRE staat voor Stichting Ideële Reclame. SIRE wil mensen activeren en het publieke debat aanjagen. Aan de hand van de campagnes die ze ontwikkelen, wil SIRE een bijdrage leveren aan de maatschappij en deze proberen iets mooier te maken. [81] SIRE gaat dus te werk vanuit een sociaal maatschappelijke context en wil de ontvanger een boodschap meegeven.



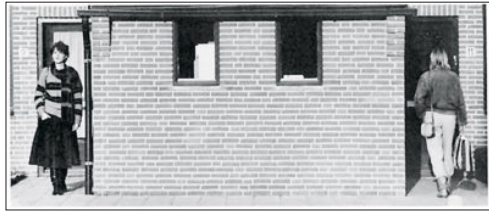
Eenzaamheid campagne SIRE 1968 [82]



Eenzaamheid campagne SIRE 1969 [83]



Eenzaamheid campagne SIRE 1972 [84]



Eenzaamheid campagne SIRE 1983 [85]



Eenzaamheid campagne SIRE 1991 [86]



Eenzaamheid campagne SIRE 1995 [87]

Tussen 1968 en 1995 is SIRE actief bezig geweest met het onderwerp eenzaamheid door middel van diverse campagnes. SIRE wilde de ontvanger van de campagnes informeren over eenzaamheid en aanzetten tot denken. Hierbij vormde de doelgroep de Nederlandse samenleving. Wat ik hierbij opvallend vind, is dat geleidelijk aan steeds meer diverse bevolkingslagen centraal werden gezet in de campagnes. In de campagne uit 1968 [88] stond bijvoorbeeld eenzaamheid onder bejaarden centraal, maar in de campagne van 1972 [89] werd de aandacht gericht op eenzaamheid onder een breder publiek. Wat ik hier heel krachtig aan vind, is dat SIRE toendertijd al met een hele brede blik naar de maatschappij keek en niet alleen naar de stereotypen.

SIRE maakt in haar campagnes gebruik van afbeeldingen in combinatie met aanvullende tekst. In de campagnes uit 1968 en 1969 [90] stond er veel tekst centraal met daarbij een aanvullende afbeelding. Toen ik deze campagnes zag, werd bij mij de associatie opgeroepen van een krantenartikel. In de latere campagnes gingen afbeeldingen een belangrijke rol spelen en kreeg de tekst vooral een aanvullende en verhelderende functie. De afbeeldingen op zichzelf drukken vanuit mijn beleving niet expliciet eenzaamheid uit.

Wanneer je bijvoorbeeld kijkt naar de campagne uit 1991, [91] zou het ook kunnen dat de trouwfoto van het stel op een alternatieve wijze is genomen. Door de tekst die in de afbeelding is verwerkt, weet je pas dat het over (emotionele) eenzaamheid gaat. Ik denk dat SIRE dit bewust heeft gedaan, omdat eenzaamheid vaak een probleem is wat niet zichtbaar is; het is een gevoel dat zich binnen in iemand afspeelt.

Ik vind dat mensen met deze campagnes op een positieve manier worden geprikkeld. Aan de hand van een gezonde dosis humor, die zorgt voor luchtigheid, krijgt het probleem niet meteen een hele zware lading. Hierdoor krijg ik het gevoel dat de drempel lager wordt gelegd om een eenzaam iemand te helpen of zelf over je eigen eenzaamheid in gesprek te gaan.

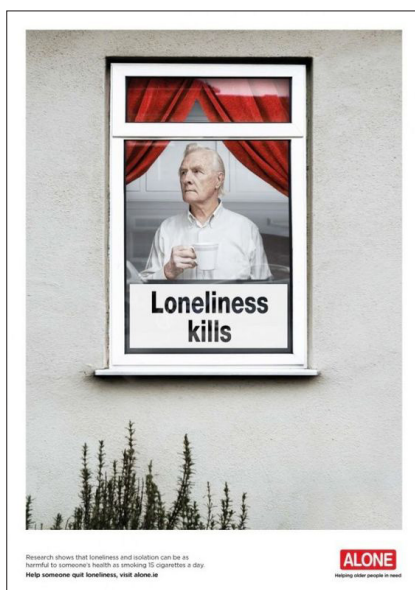
In de campagne die SIRE in 1995 [92] heeft gepubliceerd, werden handvatten aangeboden zodat men zelf actief aan de slag kon gaan met zijn (sociale en/of emotionele) eenzaamheid. De volgende activerende slogan stond dan ook vermeld in de campagne: *'Eenzaamheid is een kist waarvan je zelf de sleutel hebt.'* De handvatten werden verspreid in de vorm van tips en voorbeelden in een boekje. Jammer genoeg heb ik dit boekje niet kunnen vinden. SIRE speelt met haar campagnes dus preventief in op eenzaamheid, omdat de ontvanger wordt geïnformeerd en in latere campagnes ook handvatten krijgt aangeboden.

Wat ik heel fascinerend vind om te zien, is hoe de campagnes met de tijd geleidelijk zijn veranderd. De rode draad in humor en mensen activeren is altijd aanwezig gebleven. In de eerste campagnes werden vooral ouderen centraal gezet, maar al snel veranderde dit naar alle bevolkingslagen die werden vertegenwoordigd. In een nog later

stadium hadden de campagnes niet alleen een informerende en activerende rol, maar reikten deze ook handvatten aan zodat mensen zelf aan de slag konden gaan met hun eenzaamheid. Als grafisch ontwerper laat ik mij graag inspireren door de humor die SIRE in haar campagnes verwerkt, omdat de humor het onderwerp minder beladen maakt. Wellicht dat dit mensen ook zou kunnen helpen om het probleem sneller aan te pakken.

5.7 Verbindingen en vergelijkingen

In dit subhoofdstuk ga ik proberen verbindingen te leggen tussen de ontwerpen en de campagnes die ik in de voorgaande subhoofdstukken heb besproken en ga ik ook vergelijkingen maken. Het eerste wat mij opviel en waar ik meteen overeenkomsten in zag, waren de zware en beladen beelden van Loneliness Kills en het Heilsarmee.



Affiche Loneliness Kills [93]



Liggend affiche campagne Heilsarmee [94]

In beide campagnes zag ik ook de visie van Hannah Arendt terugkomen; dat deze mensen onvrijwillig zijn afgesneden van de wereld. Wat mij opvalt aan deze campagnes, is dat de eenzame personen in de slachtofferrol worden gepositioneerd. Hiermee wil ik niet zeggen dat deze mensen vrijwillig voor eenzaamheid hebben gekozen, maar de boodschap wordt hierdoor heel erg zwaar en beladen. Soms is dit goed, maar in een zwaarbeladen onderwerp als eenzaamheid vraag ik mij af of dit de juiste weg is. Wanneer ik enkele campagnes van SIRE ook betrek in deze vergelijking, verandert vanuit mijn beleving de zaak.



Eenzaamheid campagne SIRE 1968 [95]



Eenzaamheid campagne SIRE 1972 [96]



Eenzaamheid campagne SIRE 1991 [97]

Door de subtiele humor die SIRE in haar campagnes verwerkt, wordt het onderwerp 'eenzaamheid' al meteen een stuk minder beladen. Hierbij vind ik niet dat SIRE de boodschap uitdraagt dat eenzaamheid geen ernstig probleem is, omdat je een serieuze boventoon voelt in de beelden. De personen worden hierbij niet direct in de slachtofferrol gezet, omdat je in eerste instantie niet kunt zien aan de afbeeldingen dat het om eenzaamheid gaat. Hiervoor moet je eerst de tekst hebben gelezen en begrepen. In de beelden van Loneliness Kills en het Heilsarmee is dit wel direct zichtbaar, door de wanhopige wijze waarop de personen staan afgebeeld.

Alle campagnes hebben een informerende functie en zetten de ontvanger aan tot denken. Hiermee wordt er preventief ingespeeld op eenzaamheid, omdat men wordt geïnformeerd over het onderwerp (behalve bij de campagne van het Heilsarmee, omdat hierbij het doel was om de organisatie op een eigentijdse en moderne manier zichtbaar te maken). Het gevolg hiervan is, dat mensen de signalen van eenzaamheid kunnen gaan herkennen. Er worden geen concrete handvatten aangeboden voor eventuele vervolgstappen die men kan ondernemen wanneer er eenzaamheid wordt geconstateerd (behalve bij de campagne van SIRE uit 1995).

De volgende vergelijking die ik ga maken, bestaat uit de drie andere ontwerpen die ik ook heb aangekaart in dit hoofdstuk.



Visual Mind Craft [98]



Kennismakingsdiner Startpakket [99]



Prototype app Useful [100]

Waar al meteen een overeenkomst in bestaat in deze ontwerpen, is dat er een service wordt verleend om preventief in te spelen op eenzaamheid. In ieder ontwerp wordt dit op een eigen en unieke wijze gedaan. In het ontwerp van Mind Craft worden bijvoorbeeld alle typen eenzaamheid tegengegaan aan de hand van samenwerking, terwijl in het Kennismakingsdiner Startpakket sociale eenzaamheid wordt tegengegaan aan de hand van een diner met een kaartspel dat gemeenschappelijke interesses moet blootleggen. In de app Useful wordt existentiële en sociale eenzaamheid tegengegaan door de gebruiker een nuttig gevoel te geven en contacten te laten leggen.

Wat ik interessant vind aan deze ontwerpen, is de wijze waarop wordt gezocht naar preventie. Hierbij valt het mij op dat ieder ontwerp is gericht op een specifieke doelgroep, zodat er een duidelijk werkgebied is afgebakend. Zo heeft de app Useful als doelgroep mensen die in steden wonen en het Kennismakingsdiner Startpakket de bewoners van SOR. Ik denk dat dit wordt gedaan, zodat er gericht een preventieve oplossing kan worden ontworpen voor eenzaamheid. Om deze reden verschillen deze ontwerpen heel erg met de campagnes van

Loneliness Kills, het Heilsarmee en SIRE. Deze campagnes hebben een informeren-de functie als doel, terwijl Mind Craft, het Kennismakingsdiner Startpakket en Useful juist als doel hebben om op een actieve wijze preventief in te spelen op eenzaamheid. De campagnes, op het Heilsarmee na, hebben ook dit doel, maar hierbij wordt er op een veel minder actieve wijze preventief ingespeeld, doordat er geen handvatten worden aangeboden (behalve bij de campagne van SIRE uit 1995).

5.8 Conclusie

De conclusie die ik uit dit hoofdstuk kan trekken, is dat er hele diverse ontwerpen worden gemaakt om preventief in te spelen op eenzaamheid en de ontvanger te informeren en activeren. In dit hoofdstuk heb ik geleerd dat het belangrijk is dat er concrete keuzes moeten worden gemaakt in de opdrachtcontext, omdat je anders geen specifieke doelgroep kunt kiezen waar je voor gaat ontwerpen. Hoe gericht de doelgroep, des te groter de kans dat je ontwerp effectief is. Ook kun je er als ontwerper zelf voor kiezen op welke wijze je eenzaamheid positioneert; je kunt het luchtig houden aan de hand van een gezonde dosis humor of je kunt het juist heel zwaar en beladen maken. Ik denk dat geen van beide fout is, zolang de keuze maar aansluit op de boodschap die moet worden overgebracht. In het volgende hoofdstuk ga ik onderzoek doen naar ontwerpen die zijn gemaakt als reactie op de coronapandemie.

- [65] Ads of the World 2016.
- [66] Superdream z.d.
- [67] Alone z.d.
- [68] Superdream 2016.
- [69] Superdream 2016.
- [70] Walsh 2019.
- [71] Sikore, Siostrzonek & Maliszewska 2019.
- [72] Searchresult 2012.
- [73] Spinax Civil Voices z.d.
- [74] Heilsarmee z.d.
- [75] Spinax Civil Voices 2012.
- [76] Spinax Civil Voices z.d.
- [77] Ninou 2020.
- [78] Ninou 2020.
- [79] Afdeling / Buitengewone Zaken z.d.
- [80] Afdeling / Buitengewone Zaken z.d.
- [81] SIRE z.d.
- [82] SIRE 1968.
- [83] SIRE 1969.
- [84] SIRE 1972.
- [85] SIRE 1983.
- [86] SIRE 1991.
- [87] SIRE 1995.
- [88] SIRE 1968.
- [89] SIRE 1972.
- [90] SIRE 1969.
- [91] SIRE 1991.
- [92] SIRE 1995.
- [93] Superdream 2016.
- [94] Spinax Civil Voices 2012.
- [95] SIRE 1968.
- [96] SIRE 1972.
- [97] SIRE 1991.
- [98] Sikore, Siostrzonek & Maliszewska 2019.
- [99] Afdeling / Buitengewone Zaken. (z.d.).
- [100] Ninou 2020.

6.0 Ontwerpen in coronatijd

De coronapandemie zet tot op de dag van vandaag letterlijk de hele wereld op z'n kop gezet. Door de 1,5 meter afstand en het mijden van zoveel mogelijk contacten, is de afgelopen maanden het gevoel van eenzaamheid onder de Nederlandse bevolking toegenomen. [101]

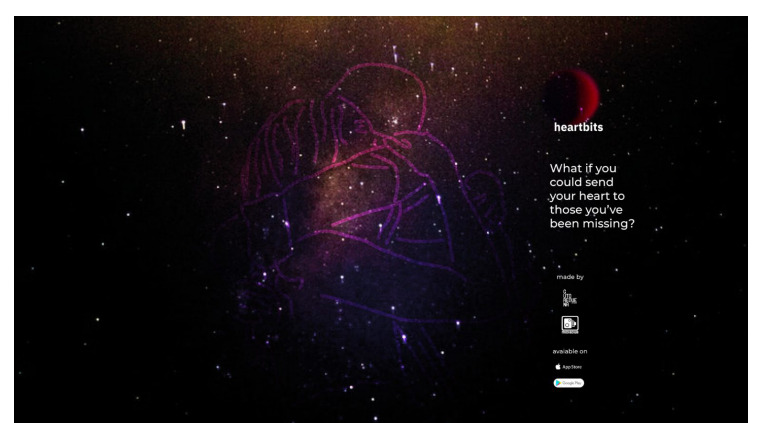
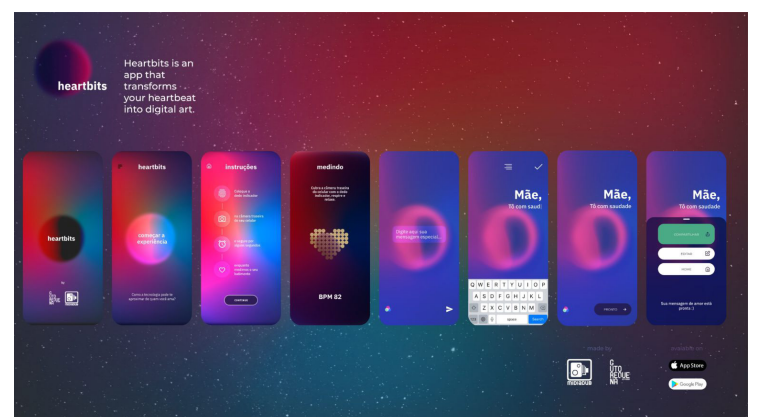
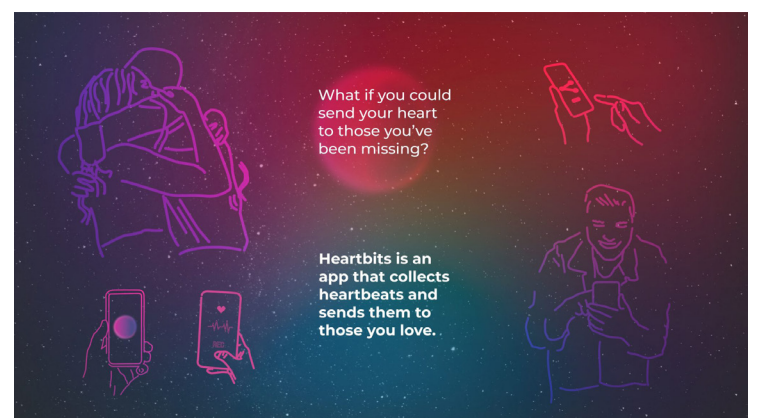
Volgens oud-socioloog, demograaf en hoogleraar Jenny Gierveld is vooral emotionele eenzaamheid sterk toegenomen, omdat de kwaliteit van relaties met mensen achterblijft. Men mist het echte en fysieke contact met elkaar. [102] Hoe spelen (grafisch) ontwerpers in op deze pandemie? Wat voor oplossingen worden er bedacht? Zijn deze anders dan de oplossingen die ik in het vorige hoofdstuk heb aangekaart? Zo ja, waarom? In dit hoofdstuk breng ik vier diverse ontwerpen ter sprake die zijn ontworpen als reactie op de coronapandemie.

6.1 Heartbits

Het eerste ontwerp dat ik ter sprake breng in dit hoofdstuk vormt de app Heartbits die is ontworpen door de Braziliaanse architect en ontwerper Guto Requena. [103] Door de coronapandemie nemen gevoelens van eenzaamheid, angst en verlangen toe. Ook heeft de coronapandemie invloed op de geestelijke gezondheid van mensen.

Als reactie hierop heeft Requena het concept van de app Heartbits bedacht. Heartbits transformeert je hartslag in digitale kunst. Door je vinger op de achterkant van je camera te plaatsen, registreert de app je hartslag door gebruik te maken van je polsslag. De app verwerkt deze informatie in een reeks geluiden en trillingen en zet deze om in digitale kunst. Deze digitale kunst vormt uiteindelijk een video van 15 seconden die je naar je geliefden kunt opsturen.

Wat mij aanspreekt aan het concept van deze app, is dat er wordt gezocht naar een manier hoe iemand zijn liefde kan uiten naar geliefden in tijden van social distance. Aan de hand van je eigen hartslag wordt dit vanuit mijn beleving al persoonlijker dan met bijvoorbeeld emoticons. Ook vind ik



Visuals van de app Heartbits [104]

de referentie die naar het hart wordt gemaakt excentriek, omdat dit het symbool is van de liefde. Requena speelt met deze app in op emotionele eenzaamheid.

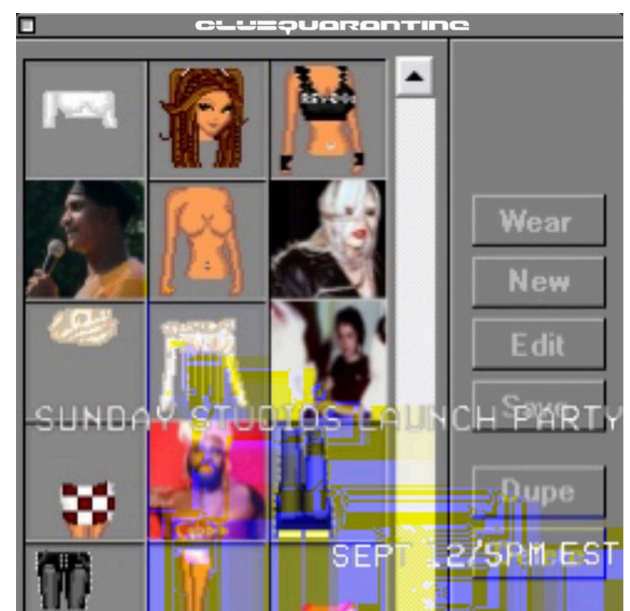
Heartbits speelt niet preventief in op eenzaamheid, omdat het probleem niet wordt voorkomen. De app zorgt vanuit mijn beleving voor een tijdelijke verlichting na het ontvangen van een video. Daarna keert het gevoel van eenzaamheid, denk ik, weer snel terug. Er worden geen handvatten aangeboden waarmee de ontvangers de strijd kunnen aangaan met hun eigen eenzaamheid. Het idee en de intentie achter deze app vind ik dus heel mooi en puur, maar een echte oplossing biedt deze app niet. Het is meer een tijdelijke oplossing die even voor verlichting zorgt, waar natuurlijk helemaal niks mis mee is.

6.2 Take the party online

Het tweede ontwerp dat ik ter sprake breng in dit hoofdstuk vormt een zoektocht naar een gemeenschapsgevoel. Dansen is een middel dat verbindt, je geest verheft, creativiteit stimuleert en verveling, eenzaamheid en angst tegengaat. Door de coronapandemie wordt er door vele mensen naar de online sociale omgeving gekeken als alternatief. Hoe kun je ondanks 'social distance' toch een gemeenschapsgevoel creëren? [105]

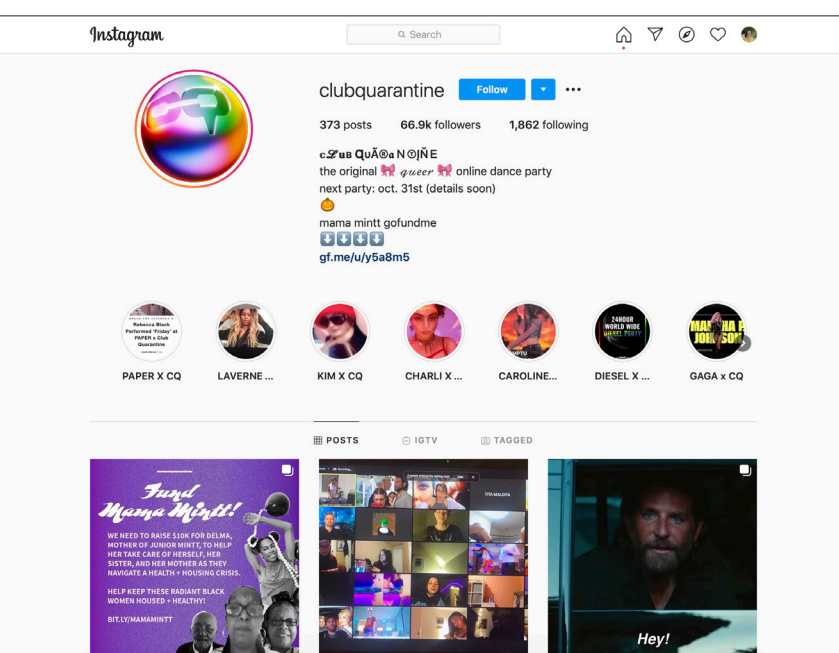
In Toronto wordt geprobeerd dit gevoel te creëren aan de hand van online quarantaine feesten. Deze feesten worden georganiseerd door middel van het Instagram account 'Clubquarantine'. [106] Door in te loggen met de Zoom-app kun je vanuit je eigen woonkamer deelnemen aan het online feest. Iedereen kan volledig losgaan vanuit de veiligheid van zijn en/of haar eigen omgeving en plezier maken.

Door het gemeenschapsgevoel dat hierbij komt kijken, wordt vanuit mijn beleving sociale eenzaamheid tegengegaan. Het enigste nadeel aan deze feesten vind ik wel dat mensen geen direct contact met elkaar kunnen leggen. Hierdoor zou ik me kunnen voorstellen dat mensen, ondanks dit gemeenschapsgevoel, toch eenzaamheid kunnen voelen. Om deze reden vind ik het lastig om te zeggen of er wel of niet preventief wordt ingespeeld op eenzaamheid. Er wordt vanuit mijn beleving in ieder geval wel een poging tot gedaan.



Screenshots van online feest aankondingen op Instagram
Bovenste afbeelding. [107] Middelste afbeelding. [108] Onderste afbeelding. [109]

Wat mij inspireert aan dit concept, is de zoektocht naar het vinden van een manier om op afstand een gemeenschapsgevoel te creëren. Wel denk ik dat je van online feesten moet houden, omdat je anders nooit aan zoiets zou deelnemen (ik niet in ieder geval). De vormgeving van de aankondigingen van de feesten ziet er door de felle kleuren, de glitters en het aparte lettertype gebruik activistisch uit. Alsof de organisatoren van de online feesten hun middelvinger naar het coronavirus opsteken door een leuke avond te creëren waarbij het virus geen kans maakt.



Screenshot Instagram pagina Clubquarantine [110]

6.3 De 'kom op visite' kar

De 'kom op visite' kar [111] vormt het derde ontwerp dat ik ter sprake breng in dit hoofdstuk en is door familiebedrijf Van Balen als reactie op de coronapandemie ontworpen. Aan de hand van deze kar kunnen familieleden hun naasten op een veilige manier in het verzorgingshuis bezoeken. Deze kar zie ik als een mooi en concreet voorbeeld van Service Design, omdat de kar je de service verleent om op bezoek te kunnen bij een naaste in een verzorgingshuis.

Doordat de kar op wieltjes is, kan deze worden voortgeduwd in het verzorgingshuis met de bezoeker erin. Hierdoor kan er geen besmetting plaatsvinden tussen de bezoeker en de mensen die wonen en



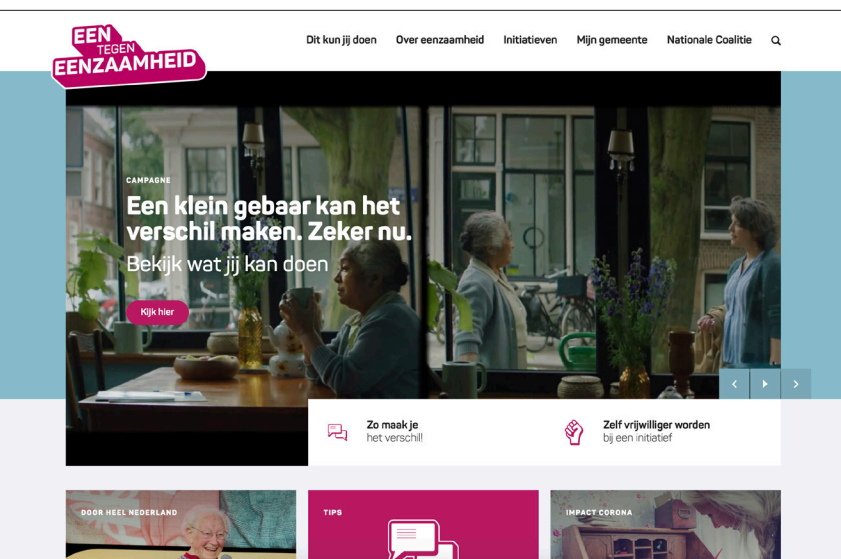
Foto's van de 'kom op visite' kar in gebruik. Bovenste afbeelding. [112] Middelste afbeelding. [113] Onderste afbeelding. [114]

werken in het verzorgingshuis. Met de 'kom op visite kar' wordt er ingespeeld op sociale en emotionele eenzaamheid onder ouderen die wonen in verzorgingshuizen, omdat er op deze manier toch visite kan worden ontvangen.

Wat ik als grafisch ontwerper anders had gedaan in het ontwerp van deze kar, was dat ik ook naar de vorm en het uiterlijk had gekeken. Naar mijn idee lijkt het alsof de kar lukraak in elkaar is getimmerd, zonder dat er is nagedacht over het ontwerp. Er is vooral praktisch gekeken. Doordat er al sprake is van een bepaalde afstand tussen de bezoeker, die zich bevindt in de kar, en de bewoner, denk ik dat het fijner was geweest wanneer de kar een warmere uitstraling had gehad, omdat de afstand dan wellicht iets had kunnen worden verkleind. Persoonlijk had ik ook mogelijkheden gezien in het ontwerp dat je elkaar indirect had kunnen aanraken, bijvoorbeeld aan de hand van rubberen handschoenen.

6.4 Een tegen Eenzaamheid

Het laatste ontwerp dat ik ter sprake breng in dit hoofdstuk vormt het initiatief 'Een tegen Eenzaamheid'. [115] De afzender van dit initiatief vormt het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Aan de hand van dit actieprogramma wil het ministerie de trend van eenzaamheid onder ouderen doorbreken.



Screenshot homepagina 'Een tegen Eenzaamheid' [116]

De 'Week tegen Eenzaamheid' [117] valt ook onder dit initiatief. Afgelopen jaar vond de Week tegen Eenzaamheid plaats van 1 tot en met 8 oktober en werd een aantal weken daarvoor de campagne 'Een klein gebaar kan het verschil maken. Zeker nu.' gelanceerd. Wat ik sterk vind aan deze campagne, is dat er actief wordt ingespeeld op de coronapandemie, omdat de woorden 'zeker nu' in de campagne titel / slogan zijn verwerkt.

Op de website 'Een tegen Eenzaamheid' wordt er uitgelegd wat eenzaamheid is en wat jij, als individu, tegen dit probleem kunt doen. [118] De website heeft een informerende functie, is laagdrempelig en biedt handvatten. Onder bijvoorbeeld de subkop 'Dit kun jij doen' [119] wordt er uitgelegd hoe je eenzaamheid kunt herkennen en hoe jij het verschil kunt maken voor een eenzaam persoon. Wat ik jammer vind, is dat dit initiatief volledig is gericht op ouderen. Hierdoor wordt het stereotype waarmee eenzaamheid vaak wordt gelinkt alleen maar versterkt vanuit mijn beleving. Naar mijn idee is het juist belang-

rijk dat een overheidsinstantie breed kijkt, omdat zij een voorbeeldfunctie hebben. Persoonlijk zou ik dit als grafisch ontwerper anders hebben gedaan en had ik alle bevolkingslagen centraal gezet. Doordat dit initiatief alleen is gericht op ouderen, ben ik bang dat het taboe van eenzaamheid onder andere bevolkingslagen juist toeneemt, omdat zij worden 'buitengesloten'.

Voor de start van de nieuwe campagne waren er ook diverse tv-spots [120] gemaakt.



Stills tv-spot [121]



Stills tv-spot [122]

Hierbij werd de anderhalve meter in acht genomen. Wat ik sterk vind aan deze video's, is dat er twee scenario's zichtbaar worden gemaakt. Deze worden ook naast elkaar afgespeeld. In beide scenario's is een eenzame oudere zichtbaar met nog een ander persoon.

In het eerste scenario constateert de andere persoon eenzaamheid en doet er niks mee. In het tweede scenario wordt er door de andere persoon ook eenzaamheid geconstateerd, maar wordt er actie ondernomen. Doordat beide scenario's tegelijkertijd naast elkaar worden afgespeeld, kun je gevolgen zien van de acties van de ander op de

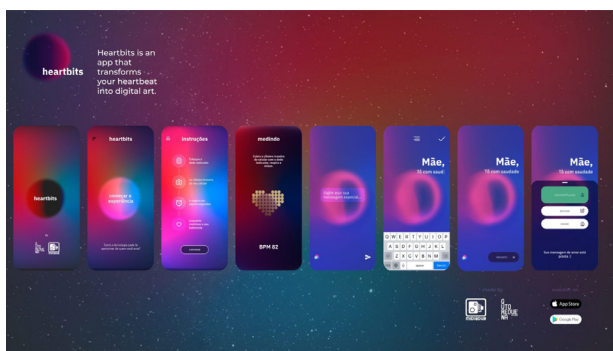
eenzame oudere. Dit zorgt voor een confronterend beeld en speelt in op de slogan van de campagne 'Een klein gebaar kan het verschil maken. Zeker nu.' Hierdoor zou de kijker kunnen worden geactiveerd om in het gevolg beter in zijn omgeving op te letten en eventueel een eenzaam persoon te helpen.

Het krachtige dat in deze tv-spots wordt getoond, is dat er op de kwaliteiten van de ouderen wordt gereageerd. In de eerste video ziet bijvoorbeeld de buurvrouw van de oudere vrouw dat ze goed is in tuinieren. Als reactie hierop vertelt de buurvrouw dat er een buurttuin is die wekelijks door haar en een aantal anderen wordt bijgehouden. Hierbij vraagt ze aan de oudere vrouw of het haar leuk lijkt om een keer te komen helpen. Hierop wordt enthousiast gereageerd.

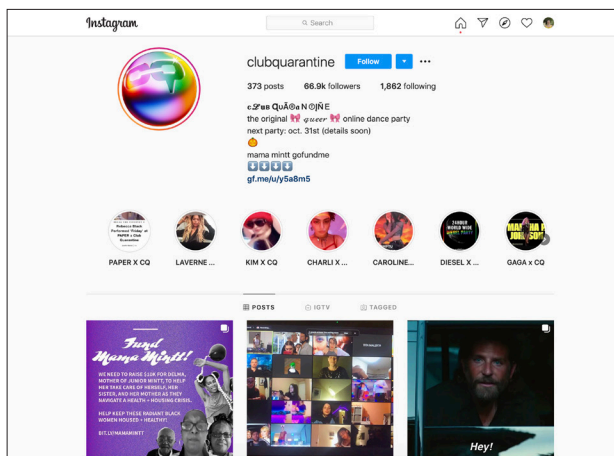
Op de manier hoe de buurvrouw heeft gehandeld, zie ik op een mooie en krachtige wijze het onderzoek terugkomen dat Erik Scherder had bijgewoond in de TU Eindhoven. In plaats van dat de buurvrouw vraagt wat zij voor de oudere vrouw kan doen, speelt ze in op de kwaliteiten door te vragen aan de oudere vrouw of ze zin heeft om een keertje te komen helpen in de buurttuin. Dit wordt op een mooie en ontroerende wijze zichtbaar gemaakt.

6.5 Verbindingen en vergelijkingen

In dit hoofdstuk heb ik diverse ontwerpen voorbij laten komen die allemaal als reactie op de coronapandemie zijn ontworpen. Het initiatief Een tegen Eenzaamheid bestaat al voor langere tijd, maar is wel aangepast naar de huidige tijdsgeest met corona. Wat mij opvalt aan de ontwerpen, is dat er op een hele creatieve wijze wordt ingespeeld op de pandemie en de 1,5 meter afstand. Twee projecten die ik op een krachtige wijze in de digitale wereld vind inspelen op eenzaamheid zijn de app Heartbits en het Instagram account Clubquarantaine.



Visual app Heartbits [123]



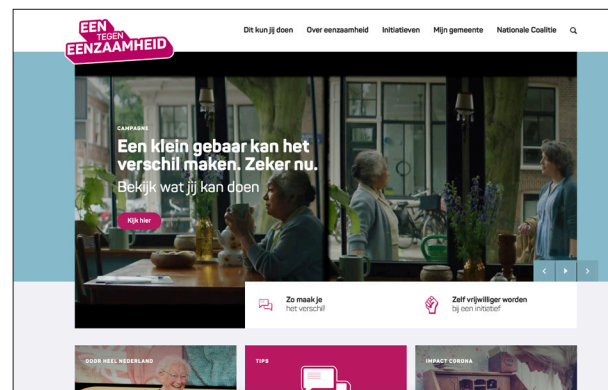
Screenshot Instagram pagina Clubquarantaine [124]

Heartbits verleent de service om aan de hand van digitale kunst voor korte tijd het gevoel van emotionele eenzaamheid te kunnen verlichten, terwijl Clubquarantaine de service verleent om in een online omgeving een gemeenschapsgevoel te creëren aan de hand van online feesten. Hierdoor wordt een poging gedaan tot het tegengaan van sociale eenzaamheid. Wat ik bijzonder vind aan deze ontwerpen, is dat er wordt gezocht en gekeken naar positieve mogelijkheden die wel mogelijk zijn in

deze pandemie. Hierdoor kom je erachter dat er binnen de perken (bijna) net zoveel mogelijkheden zijn als daarbuiten. Ook vind ik het mooi om te zien dat de ontwerpers van deze twee ontwerpen vanuit eigen initiatief zijn gaan ontwerpen, omdat ze iets wilde betekenen voor hun medemens.



Foto van de 'kom op visite' kar in gebruik [125]



Screenshot homepagina 'Een tegen Eenzaamheid' [126]

Twee andere ontwerpen die ik ook in dit hoofdstuk heb aangekaart, vormen de 'kom op visite kar' en Een tegen Eenzaamheid. Beide ontwerpen spelen in op eenzaamheid onder ouderen. De 'kom op visite kar' levert de service om op visite te kunnen bij een naaste in het verzorgingshuis. Hierdoor wordt er preventief ingespeeld op sociale en emotionele eenzaamheid.

Een tegen Eenzaamheid speelt in op sociale en emotionele eenzaamheid onder ouderen door de Nederlandse samenleving te informeren over eenzaamheid en diverse handvatten in de vorm van tips aan te bieden. Er zijn tips die zijn gericht op de Nederlandse samenleving, maar ook tips die zijn gericht op de ouderen zelf.

Ook bij deze ontwerpen vind ik dat er goed is geanticipeerd op de huidige situatie met corona. Het familiebedrijf Van Balen constateerde bijvoorbeeld het probleem dat door de coronapandemie ouderen in verzorgingshuizen hun naasten en vrienden niet meer op bezoek mochten ontvangen. Als reactie hierop werd een enorme, rijdende, luchtdichte kar ontworpen waar letterlijk iemand inpast, zodat de ouderen toch nog bezoek konden krijgen. De ontwerpers van Een tegen Eenzaamheid anticipeerden op de coronapandemie door de campagne *'Een klein gebaar kan het verschil maken. Zeker nu.'* te lanceren, met diverse onderdelen. Wat ik krachtig vind geanticipeerd op de huidige tijdsgeest, zijn de woorden *'Zeker nu.'* Op deze manier wordt vanuit mijn beleving de urgentie weergegeven.

Wat alle ontwerpen die ik in dit hoofdstuk heb besproken gemeen hebben, is dat ze zijn ontworpen op situaties die zich hebben voorgedaan in deze huidige pandemie. Alle ontwerpen, op Een tegen Eenzaamheid na, zijn ontworpen en gemaakt vanuit eigen initiatief. Ik vind het mooi om te zien dat ontwerpers dit doen, omdat men op deze manier een sociaal maatschappelijke blik laat zien waarbij men iets wil betekenen voor zijn medemens.

6.6 Conclusie

De conclusie die ik uit dit hoofdstuk kan trekken, is dat ontwerpers heel goed kunnen inspelen op een pandemie. Er worden hele diverse en creatieve oplossingen bedacht binnen de perken die wel mogelijk zijn. Persoonlijk zie ik tussen de ontwerpen die ik in dit hoofdstuk heb besproken en de ontwerpen die ik in het vorige hoofdstuk had aangekaart wel een verschil. Ik vind het lijken alsof de ontwerpen uit dit hoofdstuk meer spontaniteit bezitten dan de ontwerpen uit het vorige hoofdstuk.

Vanuit mijn beleving kun je dit zien aan de wijze waarop de ontwerpen proberen in te spelen op eenzaamheid. Requena constateerde bijvoorbeeld dat geliefden elkaar niet of minder kunnen zien door de coronapandemie. Waarschijnlijk had hij al snel door dat hij daar niks aan kon veranderen. Om deze reden ging hij op zoek naar een wijze waarop geliefden elkaar hun

liefde konden uiten in de digitale wereld. Hierdoor lost Requena de eenzaamheid niet op, maar kan hij deze wel verlichten. De ontwerpen die ik in het vorige hoofdstuk had aangekaart, proberen allemaal preventief in te spelen op eenzaamheid. De ontwerpen die ik in dit hoofdstuk heb aangekaart, roeien met de riemen je hebt en proberen vooral het beste van een situatie te maken.

- [101] Rijksoverheid 2020.
- [102] Van Rossem 2020.
- [103] Berting 2020.
- [104] Requena 2020.
- [105] Kieft 2020.
- [106] Instagram z.d.
- [107] Clubquarantine 2020.
- [108] Clubquarantine 2020.
- [109] Clubquarantine 2020.
- [110] Instagram z.d.
- [111] Visitekar z.d.
- [112] Schalwijk 2020.
- [113] Schalwijk 2020.
- [114] Schalwijk 2020.
- [115] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [116] Een tegen eenzaamheid z.d.
- [117] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [118] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [119] Een Tegen Eenzaamheid z.d.
- [120] Een Tegen Eenzaamheid 2020.
- [121] Een Tegen Eenzaamheid 2020.
- [122] Een Tegen Eenzaamheid 2020
- [123] Requena 2020.
- [124] Instagram z.d.
- [125] Schalwijk 2020.
- [126] Een tegen eenzaamheid z.d.

7.0 Eindconclusie scriptie

Helemaal aan het begin van mijn scriptie stelde ik de volgende hoofdvraag:

Op welke wijze zou een grafisch ontwerper kunnen bijdragen aan de vermindering en bestrijding van eenzaamheid onder alle bevolkingslagen van de Nederlandse samenleving?

Aan de hand van diverse invalshoeken en standpunten in de filosofie, kunst en natuurlijk het grafisch vakgebied heb ik geprobeerd zo'n breed mogelijk onderzoek uit te zetten om mijn hoofdvraag zo goed mogelijk te kunnen beantwoorden. Wat ik al meteen kon vaststellen na het schrijven van mijn inleiding, is dat eenzaamheid een complex probleem is. Omdat ik benieuwd was naar hoe diverse denkers tegen eenzaamheid aan zouden kijken, dook ik de filosofie in.

De conclusie die ik uit dat hoofdstuk kon trekken, was dat denkers diverse standpunten tegenover eenzaamheid hebben. Zo vindt Dirk de Wachter dat eenzaamheid iets is dat bij het leven hoort, Jan Bol ziet er juist de schoonheid van in en Hannah Arendt vindt het een tragiek. Erik Scherder denkt juist dat het belangrijk is om eenzame mensen om hun hulp te vragen, in plaats van hen jouw hulp aan te bieden. Hierdoor wordt de kwaliteit en kennis geprikkeld en krijgen eenzame mensen het gevoel dat ze iets voor een ander kunnen betekenen. Het gevolg hiervan is, dat het gevoel van eenzaamheid iets kan afnemen.

Ook kan kunst een belangrijke rol spelen in het verbeelden, uitdrukken en positioneren van eenzaamheid. Kunst kan mensen activeren en aanzetten tot denken over het begrip, maar kan ook helpen om het begrip een andere betekenis te geven. Door (grafisch) ontwerpers worden er diverse ontwerpen gemaakt om preventief in te spelen op eenzaamheid. In deze ontwerpen is het belangrijk dat de ontvanger wordt geactiveerd en een actieve rol krijgt. Wanneer men een ontwerp maakt om preventief in te spelen op eenzaamheid, is het belangrijk dat er concrete keuzes worden gemaakt in

de opdrachtcontext, omdat je anders geen specifieke doelgroep kunt kiezen waar je voor gaat ontwerpen. Hoe gericht de doelgroep, des te groter de kans dat je ontwerp effectief is. Om corona-eenzaamheid tegen te gaan, spelen ontwerpers in op diverse situaties en wordt er geroeid met de riemen die je hebt.

Concluderende uit mijn scriptie denk ik niet dat er één universele oplossing bestaat voor eenzaamheid. Doordat eenzaamheid een subjectief begrip vormt, is het vanuit mijn beleving onmogelijk om één oplossing te kunnen bedenken en ontwerpen. Om deze reden denk ik dat het belangrijk is dat er constant met een brede visie naar het begrip wordt gekeken, net zoals de diverse denkers doen. Hierdoor blijft vanuit mijn beleving je blik kritisch en alert. Uiteindelijk vormt eenzaamheid iets dat bij het leven hoort. Om deze reden denk ik dat het belangrijk is dat eenzaamheid op een andere manier gepositioneerd gaat worden in de samenleving. Hierbij is het van belang dat er constant op wordt gehamerd dat eenzaamheid onder alle bevolkingslagen voorkomt en niet alleen onder ouderen.

Wanneer je als grafisch ontwerper een (preventief) ontwerp zou willen maken tegen eenzaamheid, is het van belang om te werk te gaan aan de hand van een duidelijke opdrachtcontext met een vastgestelde doelgroep. Hierbij is het belangrijk om de doelgroep te observeren en bevragen, omdat dit je hele waardevolle informatie kunt opleveren. Ook is het belangrijk om te kiezen op wat voor soort type eenzaamheid je je ontwerp wilt gaan richten, omdat je je ontwerp dan nog meer kunt specificeren.

Natuurlijk is het ook een pre om je te laten inspireren door kunst en wetenschappers, omdat er vanuit deze disciplines op een andere manier naar eenzaamheid wordt gekeken dan vanuit het grafisch vakgebied. Vanuit mijn beleving zou dus op deze wijze een grafisch ontwerper kunnen bijdragen aan de vermindering en bestrijding van eenzaamheid onder alle bevolkingslagen in de Nederlandse samenleving. Dat is dus

niet door één ontwerp te maken voor alle bevolkingslagen, maar door juist in te zoomen op één specifieke doelgroep.

7.1 Eigen positionering en reflectie

Over het algemeen vind ik dat het schrijven van mijn scriptie redelijk soepel en gelijkmatig is verlopen. Wat ik tijdens het schrijven lastig vond, was het leggen van verbindingen en koppelingen tussen de diverse hoofdstukken. Nadat ik actief aan de slag was gegaan met hoofdstuk vorming en een heldere structuur, ging dit al iets gemakkelijker.

Waar ik tijdens het schrijven van mijn scriptie veel van heb geleerd, is dat het ook belangrijk is om naar standpunten en ontwerpen te kijken waar je niks in ziet, omdat je hier ook heel veel van kunt leren. Uit het doen van onderzoek voor mijn scriptie en het schrijven kon ik veel voldoening halen; ik vond het ook leuk om te doen. Al met al heb ik de periode waarin ik mijn scriptie heb geschreven ervaren als een leuke en leerzame tijd waarin om veel zelfdiscipline werd gevraagd.

7.2 Inhoudelijke verdieping eindexamenwerk

Wat ik precies wil gaan maken voor mijn eindexamenwerk, weet ik nog niet. Anticiperende op de huidige tijdsgeest zou het mij bijzonder lijken om iets voor jongeren te ontwerpen, omdat die momenteel zwaar worden getroffen door eenzaamheid in de coronapandemie. Waar het ontwerp dan precies uit zou bestaan, weet ik nog niet, maar ik zou wel graag handvatten willen aanbieden waarmee men actief aan de slag zou kunnen gaan. Dit idee is op dit moment een gedachtespinsel, dus wellicht dat het in de loop van de tijd nog verandert.

Bronnenlijst

Websites en documenten

Ads of the World. (2016, 15 maart). Loneliness kills. Geraadpleegd op 13 december 2020, van https://www.adsoftheworld.com/media/print/alone_loneliness_kills [65]

Afdeling / Buitengewone Zaken. (z.d.). Eenzaamheid: We onderzochten hoe 50+ers snel opgenomen kunnen worden in nieuwe woonomgevingen. Geraadpleegd op 17 december 2020, van https://afdelingbuitengewonezaken.nl/project/social-service-design-eenzaamheid-ouderen-sor?_locale=nl [61] [79]

Afdeling / Buitengewone Zaken. (z.d.). Homepagina Afdeling / Buitengewone Zaken. Geraadpleegd op 17 december 2020, van https://afdelingbuitengewonezaken.nl/?_locale=nl [62]

Afdeling / Buitengewone Zaken. (z.d.). Service Design. Geraadpleegd op 20 december 2020, van https://afdelingbuitengewonezaken.nl/tag/service-design?_locale=nl [64]

Alderliesten, H., Van de Maat, J. & De Vries, S. (2019, 4 oktober). Leren omgaan met eenzaamheid beste remedie tegen eenzaamheid. Geraadpleegd op 16 december 2020, van <https://www.movisie.nl/artikel/leren-omgaan-eenzaamheid-beste-remedie-tegen-eenzaamheid> [28]

Alone. (z.d.). Homepagina Alone. Geraadpleegd op 24 februari 2021, van <https://alone.ie> [67]

Berting, N. (2020, 24 juni). Estudio Guto Requena turns Heartbits into digital art. Geraadpleegd op 14 december 2020, van <https://www.whatdesigncando.com/stories/estudio-guto-requena-turns-heartbeats-into-digital-art/> [103]

de Bruijn, N. (2020, 28 april). Psychiater Dirk de Wachter over eenzaamheid tijdens de coronacrisis. Geraadpleegd op 9 december 2020, van <https://www.human.nl/3fm/lees/2020/corona/eenzaamheid-podcast.html> [29] [30]

CBS. (2020, 27 maart). Bijna 1 op de 10 Nederlanders voelde zich in 2019 sterk eenzaam. Geraadpleegd op 15 december 2020, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/13/bijna-1-op-de-10-nederlanders-voelde-zich-sterk-eenzaam-in-2019> [11]

Eenzaamheid Informatie Centrum. (z.d.). Chronische eenzaamheid. Geraadpleegd op 25 februari 2021, van <https://eenzaamheid.info/eenzaamheid/soorten-eenzaamheid/wat-is-chronische-eenzaamheid/> [19]

Eenzaam.nl. (z.d.). Soorten eenzaamheid. Geraadpleegd op 25 februari 2021, van <https://www.eenzaam.nl/over-eenzaamheid/soorten-eenzaamheid> [15] [16]

Eenzaam.nl. (z.d.). Wat is sociaal isolement? Geraadpleegd op 12 maart 2021, van <https://www.eenzaam.nl/over-eenzaamheid/wat-is-sociaal-isolement> [10]

Een Tegen Eenzaamheid. (z.d.). Dit kun jij doen. Geraadpleegd op 27 december 2020, van <https://www.eentegeneenzaamheid.nl/dit-kun-jij-doen/> [119]

Een Tegen Eenzaamheid. (z.d.). Homepagina Een tegen Eenzaamheid. Geraadpleegd op 13 december 2020, van <https://www.eentegeneenzaamheid.nl> [115] [118]

Een Tegen Eenzaamheid. (z.d.). Over eenzaamheid. Geraadpleegd op 14 december 2020, van <https://www.eentegeneenzaamheid.nl/over-eenzaamheid/over-eenzaamheid/> [5] [7] [8] [14] [18]

Een Tegen Eenzaamheid. (z.d.). Week tegen Eenzaamheid. Geraadpleegd op 27 december 2020, van <https://www.eentegeneenzaamheid.nl/week-tegen-eenzaamheid/> [58] [117]

Encyclo.nl (z.d.). Kluzenaar definities. Geraadpleegd op 25 februari 2021, van <https://www.encyclo.nl/begrip/kluzenaar> [9]

EO. (z.d.). Erik Scherder Onderzoekt. Geraadpleegd op 21 februari 2021, van <https://www.eo.nl/programmas/erik-scherder-onderzoekt> [32]

Gosen, J. (2019, 9 juli). Le Corbusier: Cité Radieuse. Geraadpleegd op 15 december 2020, van <http://architectuurwijzer.be/le-corbusier-cite-radieuse/> [24]

Heilsarmee. (z.d.). Homepagina Heilsarmee. Geraadpleegd op 24 februari 2021, van <https://www.heilsarmee.de> [74]

Hoenders, J. & Hettema, B. (2020, 17 maart). In sociaal isolement door corona: 'Chronische eenzaamheid net zo schadelijk als 15 sigaretten per dag'. Geraadpleegd op 24 december 2020, van <https://eenvandaag.avrotros.nl/item/in-sociaal-isolement-door-corona-chronische-eenzaamheid-net-zo-schadelijk-als-15-sigaretten-per-dag/> [2]

Instagram. (z.d.). Clubquarantine. Geraadpleegd op 27 oktober 2020, van <https://www.instagram.com/clubquarantine/?hl=en> [106]

Jumbo. (z.d.). Commercieel beleid. Geraadpleegd op 28 december 2020, van <https://www.jumborapportage.com/jaarverslagen/2018/corporate-jaarverslag/verslag-van-raad-van-bestuur/versterken-van-de-jumbo-formule/commercieel-beleid> [57]

Jumbo. (2020, 3 september). Jumbo introduceert Kletpakketten in week tegen eenzaamheid. Geraadpleegd op 21 december 2020, van <https://nieuws.jumbo.com/persbericht/jumbo-introduceert-kletpakketten-in-week-tegen-eenzaamheid/532/> [55]

Junte, J. (z.d.). Kazerne Expo. Geraadpleegd op 15 december 2020, van https://kazerne.com/wp-content/uploads/2020/01/KazerneExpo_NextUp_JeroenJunte_Booklet_2016.pdf [60]

Kickstarter. (2019, 1 oktober). Ten artists on what Social Practice means to them. Geraadpleegd op 21 januari 2021, van <https://medium.com/kickstarter/ten-artists-on-what-social-practice-means-to-them-9cae0af1364> [39]

Kieft, R. (2020, 25 maart). Take the party online. Geraadpleegd op 27 oktober 2020, van <https://www.whatdesigncando.com/stories/take-the-party-online/> [105]

Movisie. (2018). Preventie van eenzaamheid. Geraadpleegd op 16 december 2020, van <https://www.movisie.nl/sites/movisie.nl/files/2018-09/preventie-van-eenzaamheid.pdf> [20]

Ninou, N. (2020, 24 april). Design Sprint: The problem of loneliness and social isolation. Geraadpleegd op 23 november 2020, van <https://uxplanet.org/design-sprint-the-problem-of-loneliness-and-social-isolation-95f90e8c33f9> [77]

- Rijksoverheid. (2020, 30 september). Eenzaamheid in coronatijd: praatje over het weer belangrijker dan gedacht. Geraadpleegd op 25 februari 2021, van <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/09/30/eenzaamheid-in-coronatijd-praatje-over-het-weer-belangrijker-dan-gedacht> [101]
- van Rossem, M. (2020, 16 december). We zijn allemaal (weleens) eenzaam. Geraadpleegd op 25 december 2020, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2020/12/16/we-zijn-allemaal-weleens-eeenzaam-a4024063> [102]
- de Ruijter, M. (2017, 5 september). Creatief tegen eenzaamheid. Geraadpleegd op 10 december 2020, van <https://www.emma.nl/artikelen/creatief-tegen-eeenzaamheid> [21]
- Schoenmakers, E. & Sant, N. (2010, 8 februari) De eenzame Nederlander. Geraadpleegd op 13 december 2020, van <https://www.nemokennislink.nl/publicaties/de-eeenzaame-nederlander/> [4] [6]
- Schreurs, E. (z.d.). Wat is eenzaamheid en wat kun je ertegen doen? Geraadpleegd op 13 december 2020, van <https://npokennis.nl/longread/7998/wat-is-eeenzaamheid-en-wat-kun-je-ertegen-doen> [3]
- Searchresult. (2012, 22 november). Wat is persuasive design? Geraadpleegd op 14 december 2020, van <https://www.searchresult.nl/persuasive-designing/> [72]
- SIRE. (1968). Eenzaamheid. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid/> [88]
- SIRE. (1972). Eenzaamheid. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid-2/> [89]
- SIRE. (1991). Eenzaamheid. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid-3/> [91]
- SIRE. (1995). Eenzaamheid. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid-4/> [92]
- SIRE. (1969). 65+ maar we tellen nog mee. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/65-maar-we-tellen-nog-mee/> [90]
- SIRE. (z.d.). Over SIRE. Geraadpleegd op 13 december 2020, van <https://sire.nl/over-sire/> [81]
- Spanje Vandaag. (2019, 29 november). Eenzame oudere vrouw op bankje in Bilbao is niet echt. Geraadpleegd op 20 januari 2021, van <https://www.spanjevandaag.com/29/11/2019/eeenzaame-oudere-vrouw-op-bankje-in-bilbao-is-niet-echt/> [48]
- Spinas Civil Voices. (z.d.). Fallbeispiel: Positionierungs-Kampagne für die Heilsarmee. Geraadpleegd op 4 december 2020, van <https://spinascv.com/kampagnen/#> [76]
- Spinas Civil Voices. (z.d.). Homepagina website Spinas Civil Voices. Geraadpleegd op 4 december 2020, van <https://spinascv.com> [73]
- Superdream. (z.d.). Homepagina Superdream. Geraadpleegd op 24 februari 2021, van <http://superdream.com> [66]
- Taal voor Eenzaamheid. (z.d.). Homepagina Taal voor Eenzaamheid. Geraadpleegd op 26 december 2020, van <https://taalvooreenzaamheid.com/blog/> [44]
- Taal voor Eenzaamheid. (z.d.). Manifest. Geraadpleegd op 26 december 2020, van <https://taalvooreenzaamheid.com/blog/manifest/> [45]
- The Art of Impact. (z.d.). Homepagina The Art of Impact. Geraadpleegd op 23 december 2020, van <https://theartofimpact.nl/home/> [37]

- The Art of Impact. (z.d.). Over The Art of Impact. Geraadpleegd op 23 december 2020, van <https://theartofimpact.nl/over-the-art-of-impact/> [38]
- The Art of Impact. (z.d.). Voor Eenzaamheid. Geraadpleegd op 23 december 2020, van <https://theartofimpact.nl/projecten/voor-eeenzaamheid/> [40]
- The Brand Identity. (z.d.). Join the fight against the global climate crisis by signing the updated First Things First Manifesto. Geraadpleegd op 23 februari 2021, van <https://the-brandidentity.com/feed/join-fight-global-climate-crisis-signing-updated-first-things-first-manifesto/> [54]
- Van Dale. (z.d.). Betekenis 'zinloos'. Geraadpleegd op 25 februari 2021, van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/zinloos#YDe1Qi2fZl> [17]
- van der Ven, C. (2013, 3 december). Eenzame zielen en hun kracht. Geraadpleegd op 18 februari 2021, van <https://www.trouw.nl/nieuws/eeenzaame-zielen-en-hun-kracht--b3a5a977/> [35] [36]
- Vrije Universiteit Amsterdam. (z.d.). Prof. Dr. Erik Scherder. Geraadpleegd op 21 februari 2021, van <https://www.fgb.vu.nl/nl/opleidingen/opleidingen-voor-professionals/forensische-neuropsychologie-en-neuropsychiatrie/docenten/erik-scherder.aspx> [31]
- Walsh, N. P. (2019, 27 mei). 10 Ways to eliminate loneliness through design. Geraadpleegd op 10 december 2020, van <https://www.archdaily.com/917820/10-ways-to-eliminate-loneliness-through-design> [70]
- Boeken en (kranten)artikelen**
- Bruinsma, M. (2006). De ontwerper als katalysator. De publieke zaak van de grafisch ontwerper, p. 26-28. [53]
- van Dijk, S. & Canoy, M. (2020, 8 oktober). Eenzaamheid bestrijd je in een vroeg stadium. NRC, p. 18. [1]
- Dorst, K. (2012). Onderzoek & Design. Items, p. 122-126. [59]
- Afbeeldingen**
- Afdeling / Buitengewone Zaken. (z.d.). Kennismakingsdiner Startpakket [foto]. Geraadpleegd op 17 december 2020, van https://afdelingbuitengewonezaken.nl/project/social-service-design-eeenzaamheid-ouderen-sor?_locale=nl [63] [80] [99]
- Architectuur.com (2019, 9 juli). Foto zwart-wit [foto]. Geraadpleegd op 15 december 2020, van <http://architectuurwijzer.be/le-corbusier-cite-radieuse/> [27]
- BBK Invisible soledad. (z.d.). Invisible soledad [foto]. Geraadpleegd op 27 januari 2021, van <https://invisiblesoledad.com/#pantalla-2> [49] [50] [51]
- Beeld Null. (2017, 1 juli). Meneer Hiratsuka met kleuters op weg naar het station van Ukiha om de luxetrein 'Zeven sterren in Kyushu' te verwelkomen [foto]. Geraadpleegd op 10 december 2020, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/generaties-helpen-elkaar-het-succes-van-japanse-kinder-bejaardenhuizen~b313ceb4/> [22]
- Beeld Null. (2017, 1 juli). Zowel de bejaarden als de kinderen hebben baat bij het onderlinge contact [foto]. Geraadpleegd op 10 december 2020, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/generaties-helpen-elkaar-het-succes-van-japanse-kinder-bejaardenhuizen~b313ceb4/> [23]
- Carlier, S. (z.d.). Voight still [foto]. Geraadpleegd op 23 december 2020, van <https://theartofimpact.nl/projecten/voor-eeenzaamheid/> [43]
- CBS. (2020a, 27 maart). Eenzaamheid naar leeftijd, 2019 [Staaftogram]. Geraadpleegd op 15 december 2020, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/13/bijna-1-op-de-10-nederlanders-voelde-zich-sterk-eeenzaam-in-2019> [12]
- CBS. (2020b, maart 27). Eenzaamheid naar leeftijd, 2019 [Staaftogram]. Geraadpleegd op 15 december 2020, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/13/bijna-1-op-de-10-nederlanders-voelde-zich-sterk-eeenzaam-in-2019> [13]

- Clubquarantine (2020, 11 september). Online feest aankondiging [screenshot]. Geraadpleegd op 11 november 2020, van <https://www.instagram.com/clubquarantine/?hl=en> [109]
- Clubquarantine (2020, 12 september). Online feest aankondiging [screenshot]. Geraadpleegd op 11 november 2020, van <https://www.instagram.com/clubquarantine/?hl=en> [108]
- Clubquarantine (2020, 9 oktober). Online feest aankondiging [screenshot]. Geraadpleegd op 11 november 2020, van <https://www.instagram.com/clubquarantine/?hl=en> [107]
- Dusheiko, N. (2019, 9 juli). Dak met zwembad [foto]. Geraadpleegd op 15 december 2020, van <http://architectuurwijzer.be/le-corbusier-cite-radieuse/> [25]
- Een tegen eenzaamheid. (z.d.). Homepagina Een tegen Eenzaamheid [screenshot]. Geraadpleegd op 31 oktober 2020, van <https://www.eentegeneenzaamheid.nl> [116][126]
- Een Tegen Eenzaamheid. (2020). TV-spots [stills]. Geraadpleegd op 29 december 2020, van <https://www.eentegeneenzaamheid.nl/toolkit/communicatiemateriaal/> [121][122]
- Fundacom. (z.d.). Invisible soledad [foto]. Geraadpleegd op 14 maart 2021, van <https://fundacom.lat/proyectos/invisible-soledad/> [52]
- Instagram. (z.d.). Instagram pagina Clubquarantine [screenshot]. Geraadpleegd op 27 oktober 2020, van <https://www.instagram.com/clubquarantine/?hl=en> [110][124]
- Jumbo. (2020, 3 september). Jumbo introduceert Kletpakketten in week tegen eenzaamheid [foto]. Geraadpleegd op 21 december 2020, van <https://nieuws.jumbo.com/persbericht/jumbo-introduceert-kletpakketten-in-week-tegen-eeenzaamheid/532/> [56]
- Mesa, J.C. (2019, 9 juli). Foto gang met winkels [foto]. Geraadpleegd op 15 december 2020, van <http://architectuurwijzer.be/le-corbusier-cite-radieuse/> [26]
- Ninou, N. (2020, 24 april). Hi-fi prototype [visual]. Geraadpleegd op 23 november 2020, van <https://uxplanet.org/design-sprint-the-problem-of-loneliness-and-social-isolation-95f90e8c33f9> [78][100]
- van Overbeeke, B. (2021, 21 januari). Vincent, the chatbot in need of help [foto]. Geraadpleegd op 11 maart 2021, van <https://www.cursor.tue.nl/en/news/2021/januari/week-3/home-stretch-vincent-the-chatbot-in-need-of-help/> [34]
- Requena, G. (2020, 24 juni). Heartbits [visuals]. Geraadpleegd op 14 december 2020, van <https://www.whatdesigncando.com/stories/estudio-guto-requena-turns-heartbeats-into-digital-art/> [104][123]
- Roozenburg, M. (z.d.). Over de schoonheid van eenzaamheid [foto]. Geraadpleegd op 23 december 2020, van <https://theartofimpact.nl/projecten/voor-eeenzaamheid/> [42]
- Schalwijk, E. (2020, 1 mei). Het deurtje gaat dicht en Marit is er klaar voor [foto]. Geraadpleegd op 26 december 2020, van <https://www.rijnmond.nl/nieuws/194957/Corona-kletskar-rijdt-je-door-het-afgesloten-verzorgingshuis-eeen-mini-paasmobiel> [112][125]
- Schalwijk, E. (2020, 1 mei). Marit kijkt naar buiten vanuit het karretje [foto]. Geraadpleegd op 26 december 2020, van <https://www.rijnmond.nl/nieuws/194957/Corona-kletskar-rijdt-je-door-het-afgesloten-verzorgingshuis-eeen-mini-paasmobiel> [114]
- Schalwijk, E. (2020, 1 mei). Ontwerper Nick van Balen in zijn visitekar [foto]. Geraadpleegd op 26 december 2020, van <https://www.rijnmond.nl/nieuws/194957/Corona-kletskar-rijdt-je-door-het-afgesloten-verzorgingshuis-eeen-mini-paasmobiel> [113]

- Sikore, J., Siostzonek, E. & Maliszewska, K. (2019, 27 mei). Mind Craft [visuals]. Geraadpleegd op 10 december 2020, van <https://www.archdaily.com/917820/10-ways-to-eliminate-loneliness-through-design> [71][98]
- SIRE. (1968). Eenzaamheid [afbeelding]. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid/> [82][95]
- SIRE. (1972). Eenzaamheid [afbeelding]. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid-2/> [84][96]
- SIRE. (1983). Eenzaamheid [foto]. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid-2-2/> [85]
- SIRE. (1991). Eenzaamheid [afbeelding]. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid-3/> [86][97]
- SIRE. (1995). Eenzaamheid [afbeelding]. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/eeenzaamheid-4/> [87]
- SIRE. (1969). 65+ maar we tellen nog mee [afbeelding]. Geraadpleegd op 15 november 2020, van <https://sire.nl/campagnes/65-maar-we-tellen-nog-mee/> [83]
- Spinas Civil Voices. (2012). Die Kampagne 2012 [afbeelding]. Geraadpleegd op 4 december 2020, van <https://spinascv.com/kampagnen/#> [75][94]
- Superdream. (2016). Loneliness kills [afbeelding]. Geraadpleegd op 13 december 2020, van https://www.adsoftheworld.com/media/print/alone_loneliness_kills [68][93]
- Superdream. (2016). 15 cigarettes [afbeelding]. Geraadpleegd op 13 december 2020, van https://www.adsoftheworld.com/media/print/alone_15_cigarettes [69]
- Taal voor Eenzaamheid (z.d.). Nieuwe woorden voor Eenzaamheid creëren [foto]. Geraadpleegd op 26 december 2020, van <https://taalvooreenzaamheid.com/blog/portfolio/nieuwe-woorden-voor-eeenzaamheid-creeren/> [47]
- Taal voor Eenzaamheid. (z.d.). 22 woorden [screenshot]. Geraadpleegd op 27 december 2020, van <https://taalvooreenzaamheid.com/blog/22-woorden-voor-eeenzaamheid/> [46]
- The Art of Impact. (z.d.). Zou je van eenzaamheid kunnen houden? [foto]. Geraadpleegd op 23 december 2020, van <https://theartofimpact.nl/projecten/voor-eeenzaamheid/> [41]
- Video's**
- Een legen Eenzaamheid. (Regisseur). (2020). TV-spots. [Video]. Geraadpleegd op 29 december 2020, van <https://www.eentegeneenzaamheid.nl/toolkit/communicatiemateriaal/> [120]
- Scherder, E. (Regisseur & Presentator). (2021, 4 februari). Gedeelde smart is halve smart. [Videobestand.] In Erik Scherder Onderzoekt. Geraadpleegd op 21 februari 2021, van https://www.npostart.nl/enik-scherder-onderzoekt/04-02-2021/VPWON_1325228 [33]

Colofon

Eindexamenscriptie

Alexine de Kraa

Academie

ArtEZ University of the Arts

Locatie: Zwolle

Studierichting

Graphic Design

Eindexamenjaar 2020 - 2021

Scriptiebegeleiders

Jacqueline Cové

Aldwin Kroeze

Begeleiding ontwerp boekwerk

Ernst Bernson

Marijke Meesters

Lettertype

Avenir Next Condensed

Papier

Senkwa Japans papier, 40 grams

Robijnrood karton, 300 grams

Tekenpapier, 180 grams

Oplage

3

Met dank aan

Nicole de Kraa

Petra de Vin

Lisa van Moort

