

INVLOED VAN DESIGN OP BESLUITVORMING

Hoe zorg je als ontwerper dat je het denkproces van mensen kunt beïnvloeden?

Design with Intent

Patterns for influencing behaviour through design

Auteurs: Dan Lockton, David Harrison, Neville A.stanton, April 2010

Can you bring a feature to the users, or move the users to where you want them to be?

Can you hide functions or elements you'd prefer people didn't use?

Can you use the properties of different materials to make some actions more comfortable than others?

Can you get people to follow the path you want them to, on the way to reaching something they want?

Can you rearrange things so people interact with them in the locations you want them to?

Can you divide your system up into parts, so people only use one bit at a time?

Can you design a shape of things so some actions are easier than others?

What would happen if you simply took away features you don't want people to use?

Can you recognise the 'desire paths' of some of your users, and then codify them into your system, so others follow too?

Can you put things in users' way, so they take an alternative route, or adjust their speed?

How simply can you structure things, to make it easier for users to do what you'd like them to do?

Can you design an extra 'confirmation' step before an action can be performed?

Can you set things up so one action can't be performed until another is completed?

What happens if you make an option something people opt out of, rather than opt in to?

Can you give users warnings based on detecting the error they've made, or might be about to make?

Can you edit the choices presented to users so only the ones you want them to have are available?

Can you make the default setting the behaviour you'd prefer users to perform?

Can you detect and suggest a better option to users when it looks like they're making an error?

Can you make parts fit only when the right way round, or only with the products they should do?

Can you channel people so they come together (or split up)?

Colofon

Scriptie

'Invloed Van Design Op Besluitvorming'

10.01.2020

Inhoud en vormgeving: Vladimir Pakhomov

Begeleiders: Jacqueline Covè

Gijsbert Dijker

Font: Corbel Family

ArteZ hogeschool voor de kunsten, Zwolle

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, erlof openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, geluidsband, elektronisch of op welke wijze dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voorwoord

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

Als iemand die afkomstig is uit Post-Sovjet Rusland waar propaganda een groot onderdeel van het leven uitmaakte, ben ik bewust en angstig van de invloed die design op menselijke levens kan hebben. Tegenwoordig wordt vaak gesproken over de gevolgen en 'What Design Can Do?' in de positieve zin. Maar wat ook belangrijk is om niet te vergeten, is dat 'Design Thinking' net zo'n sterke negatieve invloed heeft gehad op de wereld. Om dat te voorkomen moeten wij het hele spectrum van design kunnen zien en dan ook dat het misbruik van design kennis mogelijk blijft. Met de opkomst van nieuwe technologieën zijn er nieuwe dreigingen en mogelijkheden geïntroduceerd die misbruik van de designkennis mogelijk maken. Was Design Thinking ooit misbruikt in het verleden? Wat zijn de manieren om bewust te worden van de manipulatie die we dagelijks meemaken?

Des te meer redenen om onderzoek te doen naar de manier waarop grafisch ontwerpers door middel van beelden invloed hebben gehad op de wereld. Op de academie hebben we het vaak gehad over de verantwoordelijkheid van de ontwerpers en hoe belangrijk design thinking is. Ontwerpers die zich bewust zijn van hun invloed op de samenleving proberen de wereld te verbeteren. Het probleem is dat designkennis ook gebruikt wordt voor commerciële doeleinden met onverwachte resultaten die schadelijk kunnen zijn.

Vladimir Pakhomov
Zwolle, 6 januari 2020

Inhoudsopgave

	Voorwoord	9	2.5	Designing Dictators	42
	Inhoudsopgave	10	2.6	Fake News	44
	Inleiding	12	2.7	Conclusie	
	Aanleiding	13	3	Hoofdstuk 3	50
	Probleemstelling/doelstelling	14		Ethiek in Grafisch Ontwerpen	
	Plan van aanpak	16	3.1	Weaponized Design	51
1	Hoofdstuk 1	20	3.2	Ethiek in het ontwerpen	54
	Neutrale/schone informatie in Grafisch Ontwerpen		3.3	Invloed op maatschappij	56
1.1	Retorica	21	4	Hoofdstuk 4	58
1.2	Conclusie	25		Conclusie	59
2	Hoofdstuk 2	29	4.2	Eindwerk	61
	Manipulatie door middel van beeld		4.3	Literatuurlijst	63
2.1	Manipulatie	30			
2.2	Nudging	32			
2.3	Dark Patterns	36			
2.4	Propaganda	40			

Aanleiding

Wat is de aanleiding voor jouw onderzoek?

De kern van de grafisch vormgeving is het overbrengen van informatie. Ontwerp hoort te overtuigen en soms ook te verleiden. Het moet het gedrag van de kijker/ de consument/ de mens zo beïnvloeden dat deze zich iets meer bewust wordt en zich anders gaat gedragen of zo verleid wordt dat men het product consumeert. Doordat men steeds meer waarde ging hechten aan een aantrekkelijk en opvallend uiterlijk van de producten, verpakkingen, e.d. werd de gebruiksgrafiek voortdurend belangrijker. Ook lieten bedrijven en instellingen symbolen en websites ontwerpen die hun bij het publiek een bepaald gezicht verleenden. Het werk bevindt zich zowel in een digitale, virtuele als in een fysieke omgeving. Het probleem is dat designkennis gebruikt wordt voor de commerciële doeleinden met onverwachte resultaten die schadelijk voor de mensen kunnen zijn.

Wat is je doelstelling?

Het uiteindelijke doel is het verkennen van de morele grenzen die doorgaans gesteld worden aan het gebruik van design in het tijdperk van digitale media en de steeds groter groeiende vraag naar de menselijke aandacht. Reflecteren op de geschiedenis van gebruikte manipulatieve technieken binnen Grafisch Design. Duidelijk maken dat design een heel krachtig middel is dat wel eens misbruikt.

Wat is je probleemstelling?

Tegenwoordig hebben mensen dankzij technische vooruitgangen betere gezondheidsomstandigheden en zo een langere levensduur gecreëerd. Design heeft zeker bijgedragen aan deze vooruitgangen. En daarom, zodanig terecht gehuldigd als iets goeds, een facet van creatieve productie dat onze hele leven raakt. In de geschiedenis was design ook een instrument van controle, manipulatie en vernietiging. Van simpele wapens tot computersoftware. Design biedt daarnaast potentiële mogelijkheden om de levens van de mensen slechter te maken.

IMPACT OF DESIGN

Can you change the size of the portions or the units of 'stuff' you give users?

Can you let users know how what they're doing is affecting the system?

Can you keep a task going that needs to be, or prevent one being started inadvertently?

Can you use the form of your object itself as a kind of interface, giving feedback or suggestive cues?

Can you show that the first stage of a process has been completed already, to give users confidence to do the next?

Can you give users a suggestion at exactly the right moment for them to change their behaviour?

Wat zijn je onderzoeksvragen?

Hoe kan ik als een grafisch ontwerper manipulatietechnieken op een verantwoord manier toe te passen in mijn werk?

Is er een sprake van neutraliteit/schone informatie in Grafisch Design?

Welk invloed hebben beelden op menselijke besluitvorming?

Ethiek in grafisch design: Wat is een 'goed' design?

IMPACT OF DESIGN

Can you give users feedback on their behaviour from other users of the system, equal in status to themselves?

Can you let users know their progress towards achieving a goal?

Can you give users a preview or simulation of the results of different actions or choices?

Plan van aanpak

Hoofdstuk één

Is er een sprake van neutraliteit/schone informatie in Grafisch Design?

Het is voor mij een relevante vraag, omdat door iemand ontworpen dingen overal zijn te vinden. Wij zijn ingesloten door de keuzes van een ander. Het is daarom belangrijk om beeldgeletterheid en media-wijsheid te ontwikkelen. Met behulp van retorica kan het grote deel van de invloeden zichtbaar gemaakt worden.

Hoofdstuk twee

Manipulatie en grafisch ontwerpen is nauw met elkaar verbonden. Ik laat de voorbeelden zien waarbij grafisch ontwerp als manipulatiemiddel wordt ingezet om een bepaald doel te bereiken.

Hoofdstuk drie

Hier probeer ik een antwoord te geven op de vraag: Welke manipulatietechnieken zijn ethisch verantwoord om te gebruiken in mijn toekomst als grafisch ontwerper? Ethiek en moraal in grafisch ontwerpen bieden hier een antwoord op.

IMPACT

OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

Hoofdstuk vier

Waar sta ik zelf als een ontwerper? Hoe kan ik manipulatie-technieken op een verantwoorde manier toe passen in mijn werk?

Hoofdstuk vijf

Hier bespreek ik wat een koppeling tussen bovenstaande informatie en mijn beeldend eindwerk is.

IMPACT OF DESIGN

Could your system adapt what it offers to match individual users' needs and abilities?

Can you offer users a wizard to 'tunnel' them through a decision process in the way you'd like?

Can you give users a report on what they've been doing, or its effects?

What happens if you set people a challenge, or give them a target to react through what they're doing?

Can you leave deliberate gaps (in a design, message, etc) which users will want to fill, becoming engaged in the process?

Can you split your system up into achievable levels which help users feel like they're making progress?

What happens if you encourage users to collect a set of things (friends, activities, places, objects, etc) through using your system?

IMPACT OF DESIGN

Can you design something which 'plays' with its users, provoking curiosity or making interactions into a game?

What happens if you plan your design to be something people want to spread, and make it easy for them to do so?

Can you encourage users to take up or continue a behaviour by rewarding it, through the design of the system?

IMPACT OF DESIGN

Hoofdstuk 1

Neutrale/schone informatie in Grafisch Ontwerpen

Retorica ^{1.1}

Waarom is retorica relevant voor mijn onderzoek?

Retorica, dat uit de klassieke oudheid is voortgekomen, is daarmee de oudste westerse tekst theorie. De term staat voor welsprekendheid, maar in uitgebreide zin slaat het op effectief spreken en schrijven en de kunst van het overtuigen.¹

¹ <https://nl.wikipedia.org/wiki/Retorica>

Designers moeten bewust zijn van het feit dat alle ontwerpen zijn beladen met de intenties van de maker. Zelfs als het werk neutraal eruit ziet, is er alsnog een intentie aanwezig om het op deze manier te presenteren. Grafisch ontwerpers horen altijd rekening te houden met deze intenties in hun creatieve processen. De kennis van retorica helpt de ontwerpers effectiever te communiceren. De kijker die gebruik maakt van retorica is bewust van de beladen intenties en wordt daarom weerbaarder.

Daarnaast biedt retorica de mogelijkheden om deze intenties van een ander beter te begrijpen. Een mens herkent technieken die er worden gebruikt, en daardoor ontstaan er vragen en discussies over de inhoud en de intenties van de maker. Er ontstaat een ruimte voor een dialoog tussen de kijker en ontwerper. De bewuste kijker vraagt zich dan af of het wel klopt wat er gecommuniceerd wordt, en heeft dus meer grip over zijn eigen keuzes en wordt hij minder beïnvloed door zijn omgeving.

Op deze manier is het handig voor zowel de ontwerper als de kijker om bewust te zijn van het feit dat elke menselijke manier van communicatie op een of andere manier te maken heeft met retorica. Dus ook grafisch design heeft een retorische functie en heeft daarom een grote invloed op zijn omgeving. Wat zou een waarde zijn van een grafisch werk dat geen effect op de mens heeft?

De overtuigingskracht van beeld

Wij zien beelden voordat wij ze analyseren, en dus al in die korte periode zijn we al beïnvloed door het beeld. De plaatsing van de elementen, het contrast en de esthetiek dicteren de algemeen indruk, en wekken dus een bepaalde reactie bij de mensen. Met behulp van grafisch design is het mogelijk om de boodschap een geloofwaardige, interessante en moderne uitstraling te geven.

Retorica kan alleen bestaan als er een ontvanger voor informatie bestaat. Daarom is het van belang om van te voren een doelgroep te bepalen voor een toekomstig ontwerp. Massacommunicatie is gericht op de grote aantallen mensen met dezelfde eigenschappen. Dus ieder levend organisme die kan zien, horen of voelen kan worden beïnvloed door design.

De invloed van een grafisch designer zit niet alleen in hoe het beeld opgebouwd is, maar ook in welke soort informatie te zien is en hoe het beeld ontvangen wordt. De selectie van informatie die te zien is, heeft retorische gevolgen.



Figuur 2-2, Princeton University Bewegwijzering, ontworpen door: Douglas Morris

Retorica biedt alle middelen waarmee je als ontwerper/spreker publiek kan overtuigen. Een goed dialoog tussen de kijker en de maker wordt mogelijk gemaakt door deze vijf taken goed te vervullen:

1. Een goed overwogen keuze van wat in beeld is gebracht.
2. Bepaal de formele indeling van het beeld.
3. Bepaal de opvallende stijlmiddelen.
4. Bepaal in welke mate de drie overtuigingsmiddelen zijn ingezet.
5. Waarvan wil dit beeld je overtuigen en hoe effectief zijn de gekozen beeldmiddelen toegepast?

Sommige visuele effecten, zoals in de afbeelding te zien is (figuur 2-1), zijn makkelijk te merken. De keuze van bijvoorbeeld lettertype is subtiel en waarschijnlijk ongemerkt gebleven door de kijker. Dus het beeld beïnvloedt de kijker wel, en blijft meestal onder de radar. Documenten zoals handleidingen en onderzoeksrapporten hebben vaak een vaste, typische elementen die steeds herhaald worden en daardoor een betrouwbare uitstraling hebben (figuur 2-2). In tijdschriftartikelen communiceren koppen en subkoppen de structuur van de inhoud en leiden de kijker er doorheen.

Figuur 2-1 een voorbeeld van retorica, ontworpen door: Onbekend



Conclusie 1.2

Is er een sprake van neutraliteit/schone informatie in Grafisch Design?

Grafisch ontwerp is nooit neutraal - en dat is niet slecht. Elke communicatie is retorisch. Ook grafisch design is een communicatiemiddel en dus ook altijd retorisch. Om goede en accurate informatie te overbrengen hoeft een ontwerper niet neutraal te zijn. De ontwerper moet zich bewust zijn moet bewust zijn dat hij retorische keuzes maakt en daardoor een grote controle heeft over de door hem gecommuniceerde boodschap en hoe het door de kijker ontvangen wordt. Hopelijk gaan, door kennis van retoriek, ontwerpers en de kijker meer bewuste keuzes maken in hun ontwerpen en dagelijkse leven. Een 'goede' ontwerper geeft de kijker ruimte om zijn eigen keuze te maken. Hij creëert zo ruimte voor dialoog. De vrijheden van de mensen mogen niet aangeraakt worden, dus ook de vrijheid om 'foute' keuzes te maken. Het is wel aan de ontwerpers om deze 'foute' keuzes zichtbaar te maken.

The Social Design Reader,
Elizabeth Resnick, 2019, p. 140¹⁰

¹⁰https://books.google.nl/books/about/The_Social_Design_Reader.html?id=5LgLtQEACAAJ&redir_esc=y

"...value-free design is a dangerous myth. In fact, all design solutions carry a bias, either explicit or implicit. The more honest design acknowledges their biases openly rather than manipulate their audiences with assurances of 'truth' and 'purity'".¹⁰



Norton Internet security poster, outwopen door: Leo Burnett

IMPA

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

Can you remove cues that people take for granted, to get them to think more about what they're doing?

Can you give people a 'map' of the routes or choices they can use to achieve different goals?

Can you design the form of your system to suggest particular actions (or constraints on action) to users?

Can you use colour, images or other sensory stimuli to set a particular mood for a user's interaction with your system?

Can you direct your users' attention to what you want, by making it more prominent, obvious or exaggerated?

Can your system mirror or mimic a user's behaviour or mood in some way, to increase the engagement a user feels?

Can you group elements so that users perceive they have similar functions or should be used together?

Can you make elements look similar so users perceive them to share characteristics, or that they should be used together?

Can you use ambient sensory effects (sound, light, smell, etc) to encourage users to interact or behave in the way you'd like?

Can you (perhaps selectively) reveal what's going on under the surface, to influence users' perceptions and behaviour?

Can you tell a story via your design, which interests users and keeps them engaged?

Can you give users feedback on their actions as a score or rating allowing comparison to a reference point ?

What happens if your system gives users particular roles to play, or makes them feel like they're playing a role?

What happens if you give rewards or feedback on an unpredictable schedule, so users keep playing or interacting?

Can you change the options available to users based on their current or previous behaviour?

Can you use symmetry to make elements look related, or asymmetry to show difference and focus attention?

Can you use colour to suggest associations between particular behaviours and outcomes?

Is there anything to be gained from making something look like it works one way, while actually doing something else (or nothing at all)?

Can you create an obvious contrast between parts of your design or the context in which it's used?

Can you employ a metaphor / analogy of something familiar, so people understand or use your system the same way?

Can you make it look like there's a sequence for users to follow, through the layout of elements?

Hoofdstuk 2

Manipulatie door middel van beeld

Manipulatie 2.1

Waarom is manipulatie relevant voor mijn onderzoek?

Manipulatie betekent opzettelijke beïnvloeding³. Omdat er in deze tijd steeds meer ontwikkelingen plaatsvinden en waaronder ook op het gebied van technologie, kunnen er steeds meer vernieuwende manieren toegepast worden om invloed uit te oefenen. Tegenwoordig worden deze nieuwe technieken steeds vaker toegepast in reclames en campagnes. Hierdoor wordt de mensheid ook steeds vaker onbewust gemanipuleerd en aangezet om iets te kopen, te doen en te geloven.

De manipulatie is een opzettelijke verandering of beïnvloeding (vaak met slechte bedoelingen).³

³ www.encyclo.nl

Designing Pornotopia: Travel in Visual Culture, Rick Poyner, 2006, p.26⁴

⁴ goodreads.com/book/show/806111.Designing_Pornotopia

Attention is the New Currency, Lauren Arendse, 15 maart 2018⁵

⁵ medium.com

In zijn boek⁴ *Designing Pornotopia* bespreekt Rick Poyner hoe de enorme aantallen beelden in de openbare ruimtes (hij noemt ze 'Junk spaces') gebruikt worden door bijvoorbeeld reclamemakers om mensen te stimuleren voor een aankoop. Het formaat van de reclame is altijd bewust gebaseerd op een doel. En dat is aandacht trekken⁵. Ook de overheid en politieke partijen maken gebruik van de retorica om effectief te kunnen overtuigen. Politieke partijen roepen bijvoorbeeld op om te stemmen, maar geven weinig inhoudelijke informatie. De meeste reclamecampagnes van tegenwoordig zijn niet de voorstander van kritisch denken, wel van een geprogrammeerd gedrag. Dat gedrag is goed zichtbaar in een ontwerp van *Bureau Lust Poster Wall* (figuur 2-3). Dit ontwerp genereert dagelijks 600 posters op basis van internet beelden. De verzameling van digitale posters wordt op een muur geprojecteerd. Wat interessant is, is dat de kijker talloze beelden consumeert zonder een teken van kritiek. De conclusie: de beelden zonder maker (A.I. gegenereerd) worden door de kijker nog steeds bekeken, zolang ze binnen het geprogrammeerd systeem vallen en het aandacht van de kijker trekt. De kijker wordt dan nog steeds beïnvloed.

IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN

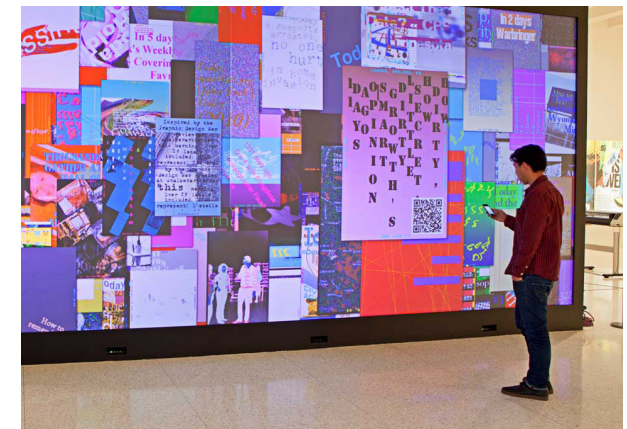
Manipulatie in de moderne consumptiemaatschappij

De eerste vorm van verleiding is het inspelen op onbewuste motieven, waarbij wordt teruggегреpen op de diepte-psychologie van Freud (seks), Jung (archetypen) en Adler (minderwaardigheidsgevoelens).

De tweede vorm van verborgen verleiding grijpt terug op reflexmatige conditionering, zoals die door Pavlov, Watson en Skinner is ontdekt. Men probeert onwenselijke associaties van producten en merken systematisch te overstemmen met wenselijker associaties. Sigaretten worden bijvoorbeeld verbonden met natuur en gezondheid.

De derde vorm van verborgen verleiding is het 'sublimale' aanbieden van prikkels, dus onder de drempel van de bewuste waarneming.

Figuur 2-3, een ontwerp van Bureau Lust, Poster Wall



Nudging 2.2

Nudge naar een betere beslissingen over gezondheid, geluk en welvaart, Richard Thaler, 2008⁷

⁷https://books.google.nl/books/about/Nudge.html?id=wwlDDwAAQBAJ&redir_esc=y

Nudging (of nudgen) is een in 2008 beschreven gedragspsychologische motivatietechniek waarbij mensen subtiel worden gestimuleerd om zich op een gewenste wijze te gedragen⁸

⁸<https://nl.wikipedia.org/wiki/Nudging>

In 2008 verscheen het boek *Nudge naar een betere beslissingen over gezondheid, geluk en welvaart*⁷ waarin de wetenschappers marketingstrategieën vertalen naar de publieke sector. Hiermee werd de term 'Nudging' geïntroduceerd. Een letterlijke vertaling van Nudge is: een duw in de goede richting.⁸

Waarom is begrip Nudging relevant voor mijn onderzoek?

Nudges spelen in op een onbewust, automatisch gedrag van de mensen. Door de gedachtegang en de patterns van menselijk gedrag te anticiperen, kunnen er maatregelen genomen worden om het gedrag in een bepaalde richting te duwen. Een goede nudge is geen toeval, al lijkt de uitvoering daarvan soms heel simpel. Om een effectieve nudge te creëren is kennis van de technieken nodig die het gedrag van de mensen bepalen. Deze 'nieuwe' vorm van het ontwerpen van openbare ruimtes is natuurlijk gekritiseerd door sommige psychologen en filosofen. Met een goede reden vragen ze zich af of de overheid en andere grote corporaties niet te ver gaan in het manipuleren van mensen. Nudging hoort het gedrag alleen maar voor een korte termijn te wijzen. **Paternalisme** betekent dat je iemands vrijheid beperkt, omdat je vindt dat dat in het belang is van die persoon. We maken daarbij een onderscheid tussen sterk paternalisme en zwak paternalisme. Bij sterk paternalisme beperk je iemands vrijheid tegen diens wil, terwijl je die persoon wel bij de beslissing had kunnen betrekken.⁹ Nudging wordt vaak gerealiseerd door subtiele aanpassingen te maken in de omgeving in de vorm van bijvoorbeeld inrichting, straat marketing en beelden.

Paternalisme is het beperken van de vrijheid of autonomie van een persoon of groep in naam van wat wordt aangenomen hun eigen bestwil. Dit kan een overheid zijn tegenover het volk, of van een overheersend volk tegenover een kolonie. Dit kan een achtergrond hebben van een expliciet of im

⁹<https://nl.wikipedia.org/wiki/Paternalisme>

In hoeverre is sturen van het gedrag van mensen door de overheid gerechtvaardigd?

moet de overheid zijn in hun gebruik van nudges, is moeilijk te bepalen. Sterker nog, de gedachte is dat als de overheid expliciet zou zeggen wat ze doet, de 'truc' niet meer zou werken.

Als het gedrag waar het om gaat dicht bij iemands wezen en identiteit ligt, moet nudging worden afgeraden. Dan kan men beter kiezen voor vormen van gedragsbeïnvloeding waarbij mensen in staat worden gesteld zelf bewust en weloverwogen de juiste keuze te maken. Juist bij dit soort gedragingen is het raadzaam iemands autonomie te respecteren. Anders gezegd, bij alledaagse klusjes, bijvoorbeeld het aanvragen van een belastingteruggave, zullen veel mensen nudges wellicht beschouwen als nuttige steuntjes in de rug. Maar bij grote keuzes die te maken hebben met het eigen lichaam en de eigen identiteit, bijvoorbeeld wat er na overlijden gebeurt met je organen of welke school te kiezen voor je kind, moeten mensen in de gelegenheid worden gesteld zelf en bij volle bewustzijn hun voorkeur te bepalen, zonder hinderlijk trekken en duwen door de overheid.

In 2014 bedacht reclamebureau BBDO Malaysia een zeer interessante reclamecampagne (figuur 2-5) om mensen bewust te maken van de milieuvervuiling.



Figuur 2-5, Plastic Bag Kill, ontworpen door: BBDO Malasya, 2014



Manipulation through advertasing, ontwerper: Onbekend

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN



Save Paper - Save The Planet, ontworpen door: Saatchi & Saatchi, Copenhagen, Denmark



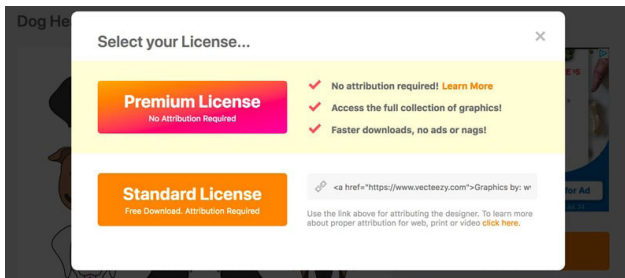
Air Pollution Kills 60.000 People A Years, ontwerper: onbekend

Dark Patterns 2.3

Dark Pattern is "een gebruikersinterface die zorgvuldig is ontworpen om gebruikers te misleiden om dingen te doen, zoals een verzekering kopen bij hun aankoop of zich aanmelden voor terugkerende facturen."¹⁵

¹⁵<https://nl.wikipedia.org/wiki/Paternalisme>

*Welkom in de wereld van manipulatief webdesign, waar door je dingen doet die je helemaal niet van plan was.
- Rens Lieman/digitaalids@consumentenbond.nl*



figuur 2.6 Types of Dark pattern. <https://designmodo.com/dark-patterns/>

Waarom is begrip Dark Pattern¹⁵ relevant voor mijn onderzoek?

Dark pattern design omvat al het (web)design dat er bewust op is gericht om gedrag bij de bezoeker af te dwingen. Deze interactie wordt zo nauwkeurig en onopvallend mogelijk ontworpen. Dark patterns zijn ervoor verantwoordelijk dat er dagelijks mensen bijvoorbeeld op verborgen advertenties klikken, sneller een privacy statement ondertekenen of zich per ongeluk inschrijven voor een nieuwsmail.

In de tijd van digitale media is het heel erg van belang om bewust te zijn van de nieuwe praktijken waarmee we dagelijks geconfronteerd worden. Dit soort technieken creëren mogelijkheden om onze privacy en rechten te negeren om het doel te bereiken.

Er zijn verschillende soorten technieken te onderscheiden:

'**Sneaking in basket**' is wanneer een webwinkel stiekem een extra item in een virtuele boodschappenmand stopt.

'**User shaming**' is inspelen op emoties en schuldgevoel van de gebruiker.

'**Roach motel**' is wanneer aanmelden makkelijk gaat en het afmelden heel lastig. (figuur 2.6)

'**Bait and switch**'. Een knop of een link doet iets anders dan verwacht.

Can you make a user feel like he or she (or someone else) 'owns' or has responsibility for something?

Can you influence users by helping them reduce feelings of guilt about their behaviour?

Can you give your system a personality or character that engages users, becoming a 'social actor'?

Can you make users feel they've been done a favour (by the system, or by other users) and want to return it?

Can you get users to commit to an idea or goal, so they feel they should behave consistently with this commitment?

Can you help users see other people's perspectives and thought processes, by revealing them through the design of your system?

Can you add 'decoy' choices, making the others (which you want people to pick) look better in comparison?

Can you rephrase or rename what you'd like users to do, so it aligns better with what they already want to do?

Can you use people's desire for tidiness to influence them to rearrange elements or take actions you want them to?

Can you make different choices available to users depending on their location?

Can you emphasise that a resource is valuable, limited in quantity, or running out (or actually limit it artificially)?

Can you use an authority figure or authoritative instruction to tell users what they should (or should not) do?

Can you show people what other users like them are doing in this situation, and which choices are most popular?

Is it possible to show users the choices that an expert or authority figure would make when in the same situation they're in?

Can you design your system to engage people's emotions, or make them emotionally connected to their behaviour?

Can you deliberately disable some functions even though they're still present, to drive users to upgrade, or to allow price discrimination?

Can you affect users' expectations or assumptions by controlling the reference points they have?

Can you make it easy for a new behaviour to become habitual, by building it into an existing routine?

Can you selectively present choices in a way which frames the range available in a more positive light?

Can you include something you want users to do, along with something they want to do, so both get done?

Propaganda 2.4

Waarom is begrip Propaganda¹¹ relevant voor mijn onderzoek?

Propaganda is een vorm van communicatie waarbij door de belanghebbende partij wordt getracht aanhangers voor haar gedachtegoed te winnen door het bespelen van de publieke opinie. Dit wordt bewerkstelligd door het bewust verspreiden van eenzijdige en/of verzonnen informatie.¹¹

¹¹ [https://nl.wikipedia.org/wiki/Propaganda_\(communicatie\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Propaganda_(communicatie))

Indoctrinatie betekent letterlijk indoctrineren het 'inprenten van doctrines'. Indoctrinatie is het opdringen van een bepaalde mening aan de anderen. Als synoniemen worden ook worden als manipulatie en hersenspoeling gebruikt.¹²

¹² <https://historiek.net/indoctrinatie-betekenis-kenmerken/129144/>

Vrijheid van meningsuiting betekent ook respect voor de mening van anderen. Het erkent dat er een verschil is tussen elk van ons, en er dus een veelheid aan meningen bestaat. Vrijheid van meningsuiting viert diversiteit viert. Persvrijheid is een essentieel aspect van de vrijheid van meningsuiting. Zonder een vrij en onafhankelijk mediaveld en een diversiteit aan meningen is het onmogelijk een democratische samenleving op te bouwen en in stand te houden. 'De vierde macht' is het tegenwicht van de wetgevende, uitvoerende en rechterlijke macht. Creativiteit, onafhankelijk onderzoek, kunst en cultuur, vrij denken en spreken kunnen enkel vooruitgang boeken in een besturingsstelsel. Maar ook in democratische landen zijn persvrijheid en vrijheid van meningsuiting nooit verworven. De vierde macht wordt steeds uitgedaagd. Zeker in tijden van fake news en propaganda. Het is voor iedereen noodzakelijk, vooral voor ontwerpers, om kritisch naar de bron en boodschap van nieuws te kunnen kijken om zo een eigen mening te kunnen vormen en je eigen stem te laten horen.

Leiders en dictaturen zorgen via propaganda voor indoctrinatie¹² van de massa met bepaalde systemen of ideologieën. Typerend gebeurt het systematisch. De ideeën en opvattingen moeten door de kijker zonder kritiek worden geaccepteerd. Indoctrinatie gebeurt dus onvrijwillig. Deze term komt vaak voor binnen politieke dictaturen en sekten. Vaak begint het al op een jonge leeftijd.

Propaganda dient ervoor om mensen tot actie te bewegen, wapens op te nemen en te vechten, op iemand te gaan stemmen of om een politieke of een maatschappelijke verandering te brengen. Propaganda is een relevant en effectief hulpmiddel dat dagelijks wordt gebruikt door de overheid en de particuliere industrie.

Denk je dat elke Rus wodka drinkt? Daarvoor kun je waarschijnlijk propaganda bedanken. Het lijkt minst waarschijnlijk dat elk mens daar een onderzoek over doet om te kijken of dat werkelijk zo is. Dit soort campagnes kunnen levensbepalend zijn voor de hele generaties van mensen en de manier waarop de maatschappij problemen bekijkt en beslissingen neemt. Het belangrijke punt is dat tegenwoordig net zo veel propaganda bestaat als in de tijd van de Tweede Wereldoorlog.

Figuur 2-9, Iron Fists, Steven Helle



Designing Dictators 2.5

Waarom is Designing Dictators relevant voor mijn onderzoek?

Steven Heller's boek *Iron Fists*¹³ maakt een visuele vergelijking tussen de moderne identiteitstrategieën van bedrijven zoals logo's en huisstijlen, en de visuele taal (figuur 2-9) vier van de meest destructieve totalitaire regimes van de twintigste eeuw. Ik denk dat het belangrijk is om manipulatie door middel van propaganda in de consumptiemaatschappij te kunnen herkennen. Ook omdat wij als grafisch vormgevers dagelijks te maken hebben met manipulatie, vind ik het belangrijk om na te denken over de gevolgen die het gemaakte werk kan hebben.

Drie van de dictators zagen zichzelf als kunstenaars, en werkten bewust aan de marketing van hun persoonlijke merk. In het boek kijkt Heller naar de rol van kleur, typografie en beeldtaal binnen deze regimes (figuur 2.10). Hij bespreekt ook een manier waarin grafisch design gebruikt werd om de meningen en visies van miljoenen mensen te beïnvloeden. Heller kijkt aandachtig naar een breed scala aan logo's, symbolische beelden en andere overgebleven materialen en vergelijkt ze met hedendaagse reclamestrategieën die nog steeds gebruikt worden in een consumptiegerichte maatschappij. Heller maakt duidelijk dat de Nazi's allerhoogste meesters waren van branding.

De Australische documentairemaker Phillipe Mora heeft in het Bundesarchiv van Duitsland twee 3D films uit 1936 gevonden. Beide films duren 30 minuten.¹² 'De kwaliteit van de films is fantastisch. De Nazi's waren obsessief bezig met alles vastleggen en beheersen. Op die manier controleerden ze het land en het volk.' - verklaart Mora.

¹² <https://www.vpro.nl/cinema/lees/artikelen/nieuws/2011/Twee-3D-films-uit-Nazi-Duitsland-ontdekt.html>

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

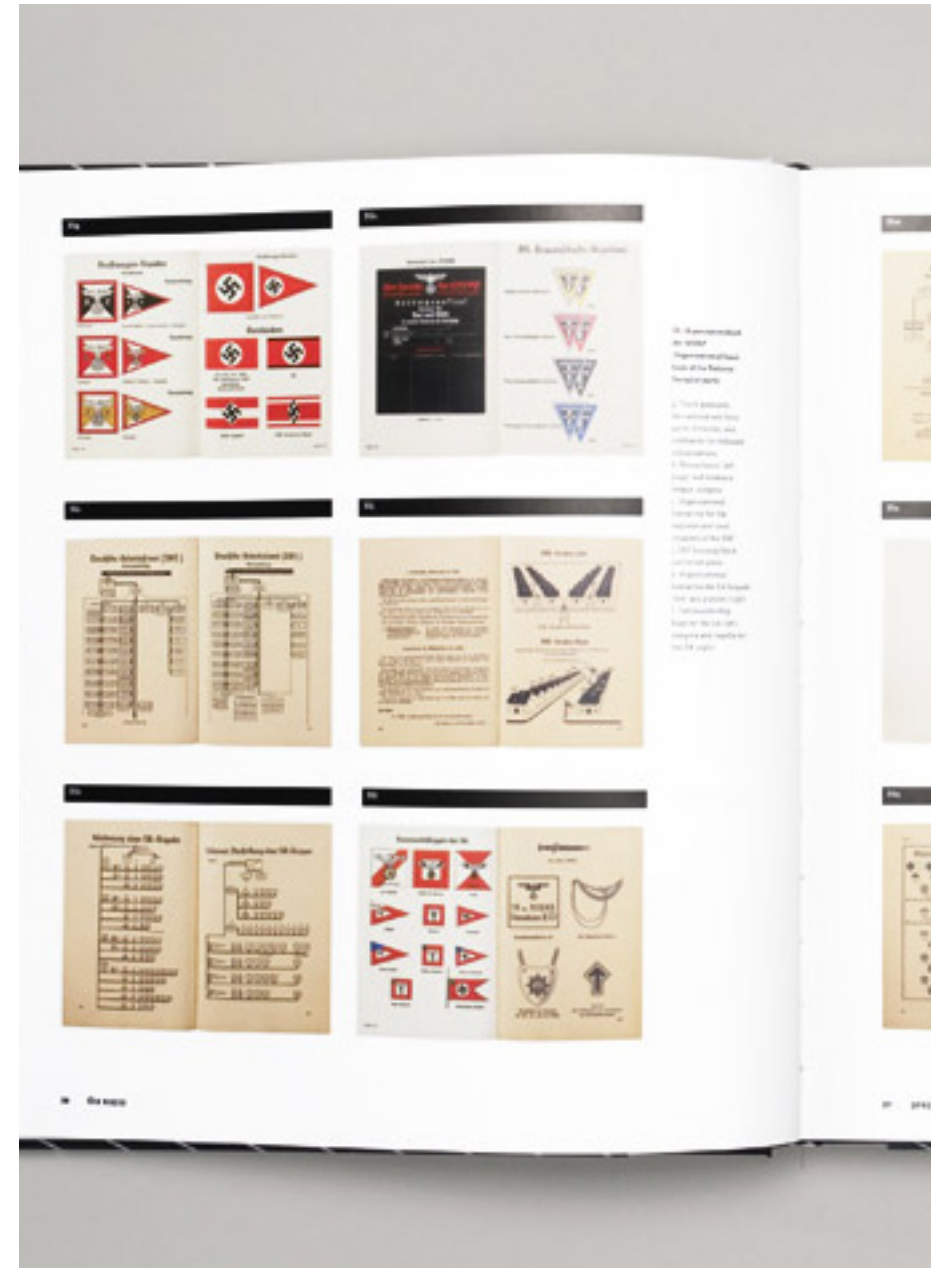
IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

Figuur 2-10, Iron Fists, Steven Heller



Waarom is begrip Fake News relevant voor mijn onderzoek?

Fake News is misleidende informatie die wordt gebruikt om geld mee te verdienen of om de publieke opinie mee te beïnvloeden. De verregaande misbruikmogelijkheden van zulke technologieën maken het steeds lastiger om nepnieuws te herkennen.

Fake nieuws is niet nieuw. Al in de oudheid was er sprake van valse en misleidende berichtgeving. Maar het is wel groter dan ooit. Sinds de opkomst van sociale media worden deze berichten snel verspreid en blijven ze langer rondzwerven. Dat maakt het moeilijker om fake nieuws te onderscheiden van echt nieuws. Iedereen kan nu ook berichten maken, publiceren en delen. Zo maken mensen valse berichten om de aandacht van lezers te trekken en zo een aardige cent bij te verdienen. Dat is echter één aspect van een bredere problematiek. Er zijn verschillende fenomenen die maar al te snel als fake nieuws bestempeld worden. Denk maar aan slechte journalistiek, satire en propaganda.

Vormen van Fake News:

Mis-Informatie is informatie die niet correct is, maar niet gemaakt is om iemand te beschadigen.

Desinformatie is juist met intent foutief, en doelbewust is gemaakt om personen, groepen en landen te schaden.

Kwalijke informatie is correcte informatie die gebruikt wordt om personen, groepen en landen te schaden.

Manipulatie, encenering en framing zijn tactieken om met foto's invloed uit te oefenen en/of mensen op het verkeerde been te zetten.

Encenering is het in scène zetten van een fotomoment. Een gebeurtenis mag niet worden nagespeeld voor een foto. Dat wordt als onacceptabel gezien.

Framing is helemaal van deze tijd. Hierbij wordt beeld ingezet om de mening van het publiek over een bepaalde persoon te beïnvloeden door het in een negatieve context te plaatsen.

'A Kid Sleeping Near His Deceased Parents' Graves In Syria'. Een voorbeeld van manipulatie door middel van fotografie.



Conclusie ^{2.7}

Visuele overtuiging is een krachtig manipulatiemiddel. Het potentieel om misbruikt te worden is vrij groot. Veel mensen geloven dat als Design Thinking een meer relevante plek zou krijgen in onze maatschappij, dat deze problemen niet meer kunnen bestaan. Dit houdt in dat alle mensen in de bedrijfswereld de impact van hun producten op een verantwoordelijke manier moeten aanpakken. Er zou een hybride tussen een designer en een ondernemer moeten ontstaan. Hopelijk ontstaat er een sterk begrip voor ethiek die mensen zou aanzetten om ethisch te handelen, maar vanuit onze geschiedenis lijkt ethiek schaars te zijn. De kracht van design moet zorgvuldig worden gebruikt.

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN



Can you configure a system so there is no 'middle ground' possible, and users must make a choice one way or the other?

Can you give something away which gets people interested or addicted, so they come back and pay for more?

Can you help users overcome worry about their behaviour (perhaps after having suggested it in the first place)?

Can you use ambient sensory effects (sound, light, smell, etc) to make it harder for users to behave in certain ways?

Can you design things to become unfashionable or undesirable quickly, to spur the desire for replacement or upgrades?

Can you degrade the performance of a product or system until users comply with some behaviour change you want?

Can you use criteria innate to particular individuals, groups or objects to block or make different options available?

What happens if users know (or believe) that what they're doing is visible to their peers also using the system?

Can you give users different choices or access to functions depending on the capabilities they can demonstrate?

Can you design things to become technologically superseded (or even wear out) quickly, so people replace them?

Can you design your system so users become committed to a particular format or way of doing things?

Can you give people 'lower down' a hierarchy the ability to observe and monitor the behaviour of people above them?

Can you structure a system so that no one user can get an advantage over others simply by being first to act?

What happens if users know (or believe) their behaviour is visible to or monitored by people in positions of power / authority?

What happens if your design threatens to (or actually does) harm users who behave in the 'wrong' way?

Can you arrange things so that an otherwise attractive option has an unpleasant, selfdefeating deterrent side-effect?

What happens if your design threatens to damage users' property if they use it the 'wrong' way?

Can you give users options or access to different functions depending on their possession of a special tool, key, device or token?

Can you direct users to use a product or system in a particular way through examples or demonstrations?

Can you get users to try different actions or repeat a behaviour by making the system respond or give feedback slowly?

Can you test what users know (information, passwords, etc) to give them access to different functions?

Hoofdstuk 3

Ethiek in Grafisch Ontwerpen

IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN

Weaponized Design ^{3.1}

Waarom is 'Weaponised Design' relevant voor mijn onderzoek?

Design kent een geschiedenis van geweld. Het kan een daad van een creatieve vernietiging zijn, een tweesnijdend zwaard met onverwachte gevolgen. En toch wordt de designwereld gedomineerd door positieve verhalen en succesvolle ontwerpen. Hoewel ontwerpers ernaar streven om te werken aan de verbetering van de samenleving, is het voor hen heel gemakkelijk om de grens over te steken, en zich over te geven aan een verleiding van een duistere kant van een moreel dilemma. Design en geweld¹⁴ zijn dicht met elkaar verbonden.

Geweld is een manifestatie van de kracht om omstandigheden te veranderen tegen de wil van de anderen en in hun nadeel ¹⁴

¹⁴<https://nl.wikipedia.org/wiki/Geweld>

How to kill People-A problem of Design in Industrial Design', George Nelson, 1961, p. 45-43 ¹⁵

¹⁵<https://nl.wikipedia.org/wiki/Nudging>

George Nelson spreekt hier niet over het 'vermoorden' maar over 'killing' die geaccepteerd is door onze samenleving. Dus de oorlogen en daarvoor ontworpen wapens bijvoorbeeld. ¹⁵

Weaponised design is een proces dat gebruikers schade toebrengt door een slecht ontworpen systeem, door ontwerpers die zich niet bewust zijn van de politieke of digitale infrastructures. Ondanks traumatische gebeurtenissen met toenemende regelmaat, is het aanpakken van de bewapening van design is geen prioriteit, en moet dit nog hard onder handen worden genomen door de ontwerpgemeenschap. De voorbeelden van weaponised design zijn groot van getal en variatie (figuur 3.11). In zijn film *How to kill People*, ¹⁵ designer George Nelson argumenteert dat 'killing'¹⁶, te veel ruimte heeft ingenomen in ons leven. Nelson denkt dat design een cruciaal onderdeel is van zowel de vorm als functionaliteit van de wapens Het voegt esthetiek toe aan de technologie van killing. Het is een van de relatief weinige gevallen waarin een ontwerper de wapens als ontworpen objecten heeft besproken.

Ethiek in het ontwerpen 3.2

'Ontwerp - een antwoord op de vraag hoe te leven - is nu eenmaal niet alleen maar vraagstuk voor individuen en hun persoonlijke smaak, maar moet gevoed worden door wat ze moet bevorderen: het algemeen belang.'
- Ruben Jacobs (cultuursocioloog)

Waarom is ethiek relevant voor mijn onderzoek?

Ethiek is het onderdeel van de filosofie dat de morele normen en waarden (= de moraal) bestudeert. Ethiek richt zich op de vraag hoe we behoren om te gaan met onszelf, met anderen en met de wereld om ons heen. In de ethiek staat de vraag centraal wat het goede is om te doen in een bepaalde situatie en wat nastrevenswaardige ontwikkelingen zijn. Op het werk ben je ook een mens. En als mens heb je eigen intuïties, emoties en morele waarden die je belangrijk vindt. In je werk spelen deze altijd een rol, al verschilt de mate waarin per persoon. Het is goed om je daarvan bewust te zijn.

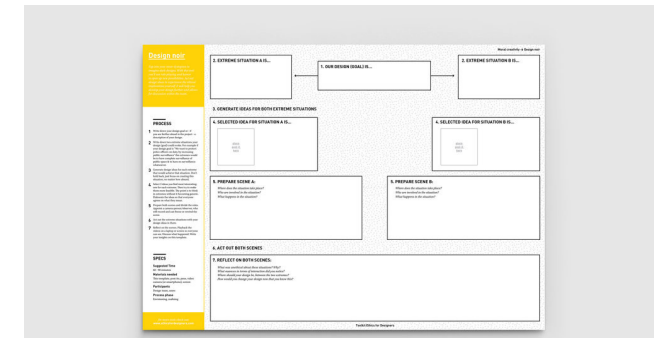
Niet te vergeten is dat grafische vormgeving een deel uitmaakt van een groter financieel en sociaal systeem, zoals bijvoorbeeld het hedendaagse kapitalisme, en daarom door de gevestigde aangegeven systemen regels hoort te gehoorzamen om te mogen bestaan en te functioneren. Het is belangrijk om te realiseren dat grafisch vormgevers een bijdrage leveren aan het creëren van zowel de consumptiemaatschappij als culturele verlangens door het verleidelijke werk dat wij produceren. Misschien kiezen wij niet ervoor om een onderdeel te zijn van het kapitalisme en toch worden ze in een bepaalde richting gestuurd.

IMPACT OF DESIGN

IMPACT OF DESIGN

'Did Hitler have great designers? Can good design be bad design? It is a difficult question to answer, because from an ethical point of view you don't want to like it, but from a technical point of view, you might?' (figuur 3.13)
- Tobias Van Schneider, ontwerper

'Ontwerpers kunnen niet in hun eentje de wereld verbeteren, maar ze kunnen wel wijzen op mogelijkheden om verbanden te verbeelden, en op een herstructurering van het productieproces. Ze staan tenslotte aan het begin van dat proces; niet alleen de vorm, maar ook de wijze waarop een product gestalte krijgt, wordt voor een belangrijk deel bepaald door het ontwerp. Marzano, Roelfzema, Kockelkoren en anderen wijzen op de verantwoordelijkheid van ontwerpers op dit gebied en constateren tegelijk dat ethiek 'in' is, dat er dus een breed draagvlak bestaat om morele en ethische kwesties in het ontwerpen aan de orde te stellen.' (Goede zaken, Max Bruinsma, 1995)



Jet Gispen ontwierp voor haar afstuderen van TU Delft een toolkit voor ethisch ontwerpen (figuur 2.12). Dit om ontwerpers die ethiek in hun werk willen toepassen concrete handvatten te bieden.

Figuur 3.12, toolkit voor ethisch ontwerpen, Ontworpen door: Jet Gispen



Figuur 3.13, Een verzameling van Nazi propaganda posters

Invloed op maatschappij 3.3

*'De ontwerpers voelen zich verantwoordelijk voor de wereld',
zegt Annemartine van Kesteren, conservator design bij Museum
Boijmans Van Beuningen in Rotterdam*

*'Naast schoonheid en gebruiksgemak is nu ook maatschappijver-
betering een doel van design... En, levert dat wat op?'*
- Jeroen Junte

Bewustwording dus. Design gaat allang niet meer alleen over producten maar ook over het stellen van fundamentele vragen. En omdat wij als designers niet afhankelijk zijn van dat systeem, zijn ze vrij om alternatieven te bedenken. Dit verandert de ontwerper van probleemoplosser tot systeemhervormer.

Cultuur communiceert visueel. Elke cultuur heeft zijn eigen kleuren, patronen en specifieke lettertekens. Deze visuele taal is ook een manier voor mensen om zich te identificeren. Vroeger waren de kunstenaars en beeldende kunst representanten van een huidige cultuur. Tegenwoordig is dat niet meer zo. Design in de media is nu de hoogste vorm van culturele overdracht. Het hele idee dat mensen een bepaalde levenskeuzes maken en bepaalde merken kopen om zich te identificeren met een bepaalde cultuur gebeurt door middel van beelden. En ontwerpers maken deze beelden. Alle vormen van gepubliceerde communicatie hebben invloed op de publieke opinie - en op onze culturen.

Dat demonstreert het vermogen van de mensheid om hun omgeving te veranderen. Ontwerpers zijn de vormgevers van ervaringen, wat inhoudt dat ontwerpers van nu veel meer doen dan alleen concepten bedenken voor de klanten.

Hoofdstuk 4

Conclusie



Figuur 4.15, Kast in sloop hout, ontwerper: Piet Hein Eek

Conclusie ^{4.1}

Hoe kan ik als een grafisch ontwerper manipulatietechnieken op een verantwoorde manier toepassen in mijn werk?

Ik kan op een verantwoorde manier manipulatietechnieken toepassen door:

Door alleen de waarheid te laten zien, dus niet dingen beter laten lijken dan ze in werkelijkheid zijn. Mijzelf steeds ethische vragen te stellen, en kritisch tegenover mijzelf zijn. Dialoog creëren met een kijker met behulp van beeld.

Positieve Propaganda. Hoe je propaganda ook ziet, neemt niet weg dat het een heel geschikt middel is om de manier waarop de wereld denkt en zich gedraagt positief te beïnvloeden. Tegenwoordig heeft propaganda, dankzij de geschiedenis, over het algemeen een negatieve connotatie. Maar propaganda kan effectief worden ingezet om positieve berichten te verspreiden. Dit kan bijvoorbeeld door:

Eerlijke propaganda. De meest eenvoudige manier om propaganda te voeren. Er wordt een eerlijk argument gegeven en aan het publiek zelf wordt overgelaten om tot een besluit te komen.

Herhaling speelt een grote rol in propaganda. Door de vragen steeds zichtbaar te maken gaan mensen deze thema's op den duur meer serieus nemen.

Het gebruik van symbolen blijkt ook effectief te werken bij de beïnvloeding van mensen. Een symbool kan bij mensen een bepaald gevoel of emotie opwekken.

IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN
IMPACT OF DESIGN

'Dat design een toegevoegde waarde is bij het zoeken naar oplossingen voor de grote problemen van onze tijd wordt inmiddels breed onderkend en niet alleen door musea. Alle goede bedoelingen ten spijt, de daadwerkelijke impact van activistische ontwerpen is toch vaak klein. De Voldenstoel van Tejo Remy (figuur 4.14) en de Sloophoutkast van Piet Hein Eek (figuur 4.15) boden begin jaren negentig ook al een alternatief voor bingblingdesign. Iconische ontwerpen zijn het, met een boodschap die aan actualiteit en zeggingskracht niets heeft ingeboet. Maar dit conceptuele Dutch design heeft het koopgedrag niet kunnen veranderen, laat staan het hele kapitalistische systeem.'

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/hoe-de-ontwerper-verandert-van-probleemoplosser-naar-systeemhervormer-b8ff674c/g>

Kritisch zijn door zich af te vragen of:

- Zou ik het zelf gebruiken?
- Zou ik het leuk vinden als iemand anders dit voor mij heeft ontworpen?
- Hoe kan mijn ontwerp misbruikt worden?
- Geloof ik dat mij ontwerp iemand helpt?
- Helpt mijn ontwerp de ene groep mensen ten koste van de anderen?

Dark Patterns kunnen ook positieve effect hebben.

Dark Patterns worden gemaakt met businessdoelen als uitgangspunt, zonder gebruikers te helpen hun eigen doelen te bereiken. De sleutel tot een goed Dark Pattern is het doel van de gebruiker op een eerste plaats te zetten. Dark Pattern wordt dan een hulpmiddel die het leven makkelijker maakt.



Figuur 4.14. De Voldenstoel, ontwerper: Tejo Remy

Eindwerk 4.2

Het pragmatische van de communicatie: haar manipulerende invloed op de burger. Dat wil ik uitwerken in mijn afstudeerproject waarin ik de kijker kritisch wil laten nadenken over de invloeden die hij van buiten af krijgt. De manier waarop ik dit wil gaan doen, is door mensen te triggeren en te shockeren door onzichtbare manipulatie zichtbaar te maken. Hoeveel keer dag worden wij beïnvloed door beelden, objecten en bestaande systemen is niet te tellen. Of misschien toch wel?

Literatuurlijst ^{4.3}

Website Artikelen

- Auteur: Onbekend, 2 januari 2020, *Indoctrinatie – Betekennis en korte geschiedenis*, Geraadpleegd van <https://historiek.net/indoctrinatie-betekenis-kenmerken/129144/>
- Auteur: Anke Coumans, datum onbekend, *De stem van Grafisch Ontwerper*. Geraadpleegd van <http://www.estheticatijdschrift.nl>
- Auteur: Rosa te Velde, datum onbekend, *Design as 'Hard Power': Design Diplomacy during the Cold War* Geraadpleegd van <https://www.designhistory.nl/2016/design-as-hard-power-design-diplomacy-during-the-cold-war/>
- Auteur: Lauren Arendse, 15 maart 2018, *Attention is the New Currency*, Geraadpleegd van <https://medium.com/rtago2/attention-is-the-new-currency-do7e61dc3836>
- Auteur: Max Bruinsma, 2006/7, *Grootgruttersvormgeving*, Geraadpleegd van <https://max-bruinsma.nl/index1.html>
- Auteur: Max Bruinsma, 1995/7, *Goede Zaken*, Geraadpleegd van <https://maxb.home.xs4all.nl/items-vbo2.htm>
- Auteur: ministerie van Economie, Landbouw en Innovatie, 2011/12, *Ethiek in Beleid - Waarden wegen met gevoel en verstand*, Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2011/12/01/ethiek-in-beleid-waarden-wegen-met-gevoel-en-verstand>
- Auteur: Tobias van Schneider, 2017/3, *Did Hitler have great designers? Can good design be bad design?*, Geraadpleegd van <https://www.ethicsfordesigners.com/articles/can-good-design-be-bad-design>
- Auteur: Rens Lieman, 2018/11, *Focus Sturend webdesign*, Geraadpleegd van <https://www.consumentenbond.nl/binaries/content/assets/cbhippowebsite/gidsen/digitaal/2018/nummer-6---november/dg201811p10-sturend-webdesign-p.pdf>
- Auteur: Educatief pakket, 2019, *Hoe verzet je je tegen Fake news en propaganda*, Geraadpleegd van https://mediawijs.be/sites/default/files/wysiwyg/educatief_pakket_2019_o.pdf
- Auteur: Design Museum Den Bosch, 2020, *Design van het Derde Rijk*, Geraadpleegd van <https://designmuseum.nl/tentoonstelling/design-van-het-derde-rijk/>

Boeken

- Rick Poynor. (2006). *Designing Porntopia: Travels in Visual Culture*.
- Steven Heller. (20 april 2011). *Iron Fists: Branding the 20th-century Totalitarian State*.
- Andrew Shea. (2012). *Designing for Social Change*.
- Naomi Klein. (2017). *No Logo*.

Video/Documentaires

- Hajo Smit, Karel van Wolferen. (11 december 2016). *Media, manipulatie, propaganda en beeldvorming [film]*. <https://www.youtube.com/watch?v=fSNlkVT9wZc>
- Prof. Ken Nah. (22 maart 2018). *Design, Democracy or Dictatorship? [film]*. <https://www.youtube.com/watch?v=vwhZfE-liro>
- MoMa New York. (14 oktober 2016). *Design, Design and violence: conversation with the curators [interview]*. <https://www.youtube.com/watch?v=F5-rjJq31XQ>
- Paola Antonelli. (22 oktober 2015). *Is This for Everyone? Design and the Common Good [MoMA LIVE]*. <https://www.youtube.com/watch?v=F5-rjJq31XQ>