

verknijpt  
beeld

SOPHIE  
CHARLOTTE  
CEELEN

*een zoektocht naar de waarde van grafisch  
ontwerp binnen het destigmatiseren van  
psychische aandoeningen*

## / voorwoord

Voor u ligt de scriptie: 'Verknipt beeld: een zoektocht naar de waarde van grafisch ontwerp binnen het destigmatiseren van psychische aandoeningen'. Deze scriptie is onderdeel van mijn afstudeer traject van de opleiding Graphic Design aan ArtEZ Hogeschool voor de Kunsten in Zwolle.

Deze scriptie bevat een onderzoek naar hoe ik als grafisch ontwerper iets kan betekenen tegen de stigmatisering van psychische aandoeningen. De interesse in dit onderwerp komt vanuit persoonlijke ervaringen; zelf heb ik als ADHD-er en misofoon dagelijks te maken met stigmatisering. Dit onderzoek heeft er voor gezorgd dat mijn wilskracht om als ontwerper dit probleem aan te pakken enorm is gegroeid.

Speciaal dank aan Jacqueline Cové voor de prettige scriptie begeleiding, zonder haar oog voor detail was dit onderzoek een stuk onrustiger verlopen. Daarnaast wil ik Gijsbert Dijker bedanken voor de ontwerpbegeleiding van mijn scriptie.

Ik hoop dat u met net zo veel plezier als die ik heb gehad tijdens het schrijven, deze scriptie leest.

Sophie Charlotte Ceelen

*Zwolle, 25 februari 2020*

# /inhoud

1.0	<b>inleiding</b>	<b>7</b>
2.0	<b>stigmatisering</b>	<b>10</b>
2.1	soorten stigma	14
2.2	oorzaken stigmatisering	16
2.3	gevolgen stigmatisering	18
2.4	reflectie	21
3.0	<b>social design</b>	<b>23</b>
3.1	victor papanek	26
3.2	looks good feels good is good	27
3.3	social design in de gezondheidszorg	29
3.4	reflectie	35
4.0	<b>de geschiedenis en denkers over gevoel (<i>in de kunst</i>)</b>	<b>38</b>
4.1	de verlichting	41
4.2	de romantiek	42
4.3	jean-paul sartre	45
4.4	gevoel en grafisch ontwerpen	48

5.0	<b>de kracht van de verschillende aspecten van het vak grafisch ontwerpen</b>	<b>50</b>
5.1	typografie	53
5.2	kleurgebruik	61
5.3	fotografie en iconen	76
6.0	<b>conclusie</b>	<b>82</b>
7.0	<b>nawoord</b>	<b>94</b>
8.0	<b>literatuurlijst</b>	<b>98</b>

# 1.0 inleiding

## 1.0 / inleiding

Bijna de helft van de Nederlanders zal ooit te maken krijgen met een psychische aandoening.<sup>1</sup> Denk aan bijvoorbeeld een burn-out, autisme, verslavingen of een depressie. Ik ben daar één van; ik heb ADHD en misofonie. Ondanks dat er zo veel mensen mee te maken hebben, rust op het onderwerp van psychische aandoeningen nog een groot taboe. Vanuit dit taboe ontstaat stigma. Een grote groep mensen, waaronder ik, heeft last van een stigma. Bij een stigma worden bepaalde mensen of groepen benadeeld omdat ze 'anders' zijn dan 'normaal'. Een ADHD-er heeft altijd energie en iemand met een depressie is continu aan het huilen. Er ontstaan vooroordelen, mensen worden in hokjes geplaatst. Dit probleem maakt de aandoening een stuk zwaarder; een stigma is zelfs vaak erger dan de aandoening zelf vanwege de schaamte die het oplevert. Zelf heb ik hier dagelijks mee te maken en dus weet ik als geen ander hoe het is om gestigmatiseerd te worden. Als grafisch ontwerper heb ik altijd de drang gevoeld om me in te zetten voor het welzijn van de mens. Dit voornamelijk met betrekking tot mensen die 'ondergewaardeerd' zijn omdat ze 'anders' zijn waar ze zelf helemaal niets aan kunnen doen. Op onderwerpen als de geestelijke gezondheid van de mens rust vaak een taboe.

Ik vind het belangrijk om dit taboe te doorbreken met mijn werk door aandacht te schenken aan deze problematiek. Om deze reden wil ik gaan onderzoeken hoe ik als grafisch ontwerper communicatie kan creëren in een wereld waar tot op heden onvoldoende gecommuniceerd wordt. Mijn onderzoeksvraag luidt: Op welke wijze kan grafisch ontwerp bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?

*Mijn hoofdvraag luidt: Op welke wijze kan grafisch ontwerp bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?*

## / deelvragen

Om een antwoord te vinden op mijn onderzoeksvraag heb ik de volgende deelvragen opgesteld:

- 1 / Waarom is er sprake van stigmatisering van psychische aandoeningen?
- 2 / Op welke wijze kan ontwerp iets betekenen voor de gezondheidszorg?
- 3 / Wat doet gevoel in de kunst?
- 4 / Op welke wijze kan typografie bijdragen aan destigmatisering?
- 5 / Op welke wijze kan kleur bijdragen aan destigmatisering?
- 6 / Op welke wijze kan fotografie bijdragen aan destigmatisering?
- 7 / Op welke wijze kunnen iconen bijdragen aan destigmatisering?



<sup>1</sup> <https://www.werkenmetips.nl/wat-is-ips/feiten-en-cijfers/>

# 2.0 stigmatisering

- 2.1 | soorten stigma
- 2.2 | oorzaken stigmatisering
- 2.3 | gevolgen stigmatisering
- 2.4 | reflectie

## 2.0 / stigmatisering

In dit hoofdstuk onderzoek ik het begrip stigmatisering: wat zijn de verschillende soorten stigma's, de oorzaken van stigmatisering en de gevolgen van stigmatisering? Het uiteindelijke doel van dit hoofdstuk is om antwoord te krijgen op de eerste deelvraag: waarom is er sprake van stigmatisering van psychische aandoeningen?

### Wat is een stigma?

Socioloog Erving Goffman (1963) definieert stigma als een ongewenste of beschamende eigenschap die de status van het individu in de ogen van de gemeenschap verlaagd. Socioloog Bruce Link (1949) en onderzoekswetenschapper Jo Phelan (leeftijd onbekend) stelden voor om in de definitie van stigma ook de omgeving te betrekken waarin stigma ontstaat en voortleeft. In hun omschrijving bestaat stigma alleen wanneer stereotype beeldvorming en discriminatie zich voordoen in een situatie van machtsongelijkheid. Iedereen kan er vooroordelen op na houden, maar alleen de groep met grote sociale en politieke macht kan volgens hen effectief discrimineren.<sup>2</sup>

Samen Sterk Zonder Stigma is een organisatie die strijdt voor een wereld zonder stigma. Deze organisatie heeft veel informatie op hun website staan over stigmatisering. Stichting Samen Sterk Zonder Stigma definieert stigma als volgt: "Stigma is een krachtig negatief sociaal stempel. Het beïnvloedt de manier waarop mensen zichzelf zien en worden gezien, ingrijpend."<sup>3</sup>

<sup>2</sup> <https://www.werkenmetips.nl/wat-is-ips/feiten-en-cijfers/>

<sup>3</sup> <https://www.samensterkzonderstigma.nl/zonder-stigma/wat-is-stigma/>

Een stigma is dus een negatief, sociaal stempel waarbij een specifieke groep mensen wordt benadeeld en uitgesloten. Een merkteken dat personen onderscheidt van anderen en onwenselijke eigenschappen aan hen toeschrijft. Een groep personen die 'anders' zijn dan 'normaal' omdat ze lijden aan bijvoorbeeld een psychische aandoening. Verschillende bronnen (Vereniging Plusminus<sup>4</sup> en Vereniging Divosa<sup>5</sup>) geven aan dat het hebben van een stigma is vaak nog erger dan de aandoening zelf. Het wordt ook wel gezien als een tweede ziekte vanwege de schaamte die het oplevert.

De Goei, Plooy en van Weeghel (2006) menen in het boek 'Ben ik goed in beeld?' dat stigmatisering naast psychische aandoeningen ook plaats kan vinden bij lichamelijke aandoeningen. Daarnaast komt stigmatisering ook voor bij sociale kenmerken zoals seksuele voorkeur, geloofsovertuiging en etniciteit.

<sup>4</sup> <https://plusminus.nl/zelfstigma/>

<sup>5</sup> [https://www.divosa.nl/sites/default/files/sprank\\_bestanden/sprank-012017-het-stigma-is-erger-dan-de-psychische-aandoening.pdf](https://www.divosa.nl/sites/default/files/sprank_bestanden/sprank-012017-het-stigma-is-erger-dan-de-psychische-aandoening.pdf)



## 2.1 / soorten stigma

Samen Sterk Zonder Stigma schrijft dat onder het begrip stigma de volgende begrippen vallen: zelfstigma, maatschappelijk stigma, structureel stigma en associatief stigma.<sup>6</sup> De verschillende soorten van het begrip stigma worden nader toegelicht in dit hoofdstuk.

### > Zelfstigma

Zelfstigma is één van de heftigste vormen van stigma. Bij een zelfstigma ben je het eens met alle vooroordelen van anderen en ga je hier in mee. Je gaat de vooroordelen (oftewel het label wat mensen op je plakken) zien als onderdeel van je identiteit. Bijna de helft van mensen met een psychische aandoening heeft last van een zelfstigma meent Samen Sterk Zonder Stigma.

### > Maatschappelijk stigma

Bij een maatschappelijk stigma praten we over stigmatisering vanuit de maatschappij. Het is de manier waarop mensen in de samenleving naar mensen met een psychische aandoening kijken. Bij een maatschappelijk stigma worden mensen in hokjes gestopt en benadeeld omdat ze volgens hen bijvoorbeeld minder competent zijn. Er wordt geoordeeld zonder de achtergrond te kennen. Ook de media speelt hier een belangrijke rol in. Mensen met een psychische aandoening worden in het nieuws continu gestigmatiseerd. Veel mensen zien het nieuws als iets wat altijd de waarheid vertelt en nemen deze visie dan over terwijl het vaak niet eens klopt.

### > Structureel stigma

Bij een structureel stigma praten we over stigmatisering in de cultuur en wet- en regelgeving. Verzekeraars zijn hier een goed voorbeeld van. Door bijvoorbeeld de invoering van een extra eigen bijdrage voor een GGZ-behandeling worden mensen gediscrimineerd.

### > Associatief stigma

Je kunt als naaste van iemand met een psychische aandoening ook last hebben van een stigma. Dit wordt een associatief stigma genoemd. Wanneer je last hebt van een associatief stigma word je buitengesloten, niet serieus genomen of verantwoordelijk gesteld voor een aandoening van bijvoorbeeld je partner. Veel naasten kiezen er dan ook voor om de aandoening geheim te houden zodat ze hier geen last van hebben.

## 2.2 / oorzaken stigmatisering

Het begrip stigma bestaat al super lang. Samen Sterk Zonder Stigma schrijft zelfs dat het begrip ouder is dan de weg naar Rome. De stichting beweert op hun website dat vroeger afwerend (groeps)gedrag functioneerde als streven naar veiligheid, overleven en het in stand houden van zelfbeeld en status binnen de (sub)groep, en dat het dus diepgeworteld zit.<sup>7</sup> In dit hoofdstuk volgt een onderzoek naar de oorzaken van stigmatisering.

### > Onwetendheid

Een bekende oorzaak van stigmatisering is onwetendheid door onvoldoende kennis. Door onvoldoende kennis over psychische aandoeningen gaan mensen al snel stigmatiseren. Mensen gaan hun eigen conclusies trekken doordat ze niet genoeg informatie hebben over het onderwerp in kwestie.

### > Van kinds af aan

Wanneer kinderen hun eigen mening beginnen te ontwikkelen zijn ze natuurlijk super beïnvloedbaar. Kinderen krijgen een bepaalde visie mee vanuit hun opvoeding en nemen zo met gemak het stigmatiseren van hun omgeving over.<sup>8</sup>

### > De media

Een belangrijk aspect binnen het creëren van een stigma is de media, schrijft Samen Sterk Zonder Stigma op hun website. Door verkeerde informatie in de media worden mensen (met o.a. een psychische aandoening) negatief gelabeld. De media wordt door mensen vaak geassocieerd met iets wat altijd de waarheid spreekt. Hierdoor nemen mensen vaak de stigmatiserende mening van de media over.<sup>9</sup>

7 <https://www.samensterkzonderstigma.nl/wat-is-stigma/kennis/oorsprong-van-stigma/>

8 <https://www.samensterkzonderstigma.nl/wat-is-stigma/kennis/invloed-stigma/>

9 <https://www.samensterkzonderstigma.nl/stigma-in-de-media/in-de-media/>



afb. 3 / Guevorg

### > De geestelijke gezondheidszorg

Uit een onderzoek onder mensen met schizofrenie uit 27 verschillende landen (Harangozo, 2014) bleek dat veel respondenten discriminatie ervaren in de geestelijke gezondheidszorg.<sup>10</sup> Zo bleek ook uit een ander onderzoek op het gebied van discriminatie van mensen met psychische aandoeningen (gedaan in 28 landen waaronder Nederland), genaamd de INDIGO-studie (2006), dat 58% van de ondervraagden zich gediscrimineerd voelen door zorgverleners.<sup>11</sup> In 2006 bleek uit het onderzoek Nordt et al, dat cliënten binnen de gezondheidszorg gebrek aan acceptatie ervaren (47%), dat geweld van hun veracht wordt en dat ze incapabel geacht worden.<sup>12</sup>

Uit een systematisch overzicht van Schulze uit 2007 blijkt dat zorgverleners niet veel verschillen met de algemene bevolking op het gebied van stigmatiseren.<sup>13</sup> Zorgverleners zijn even vatbaar voor een maatschappelijk stigma als ieder ander, het zijn immers ook gewoon mensen. Onwetendheid speelt ook een grote rol bij het stigmatiseren in de gezondheidszorg. Zorgverleners die niet dagelijks te maken hebben met mensen met psychische aandoeningen hebben onvoldoende kennis over dit onderwerp. Onvoldoende kennis leidt vaak onbedoeld tot stigmatisering.<sup>14</sup>

10 <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0020764013490263?journalCode=ispa>

11 <http://docplayer.nl/60875634-Discriminatie-ervaringen-van-mensen-met-de-diagnose-schizofrenie.html>

12 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2632277/>

13 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17464792>

14 <https://www.samensterkzonderstigma.nl/stigma-en-de-ggz/stigma-in-hulpverlening/oorzaken-stigma-ggz/>

## 2.3 / gevolgen stigmatisering

Stigmatisering resulteert in problemen op de werkvloer, depressiviteit, problemen met het zelfbeeld, het vermijden van professionele hulp en meer. De meest voorkomende problemen worden hieronder uitgelicht:

### > Sociaal isolement

Een stigma komt vooral naar voren wanneer iemand met een psychische aandoening te dichtbij komt. Vanuit angst wordt er afstand gecreëerd en worden deze mensen buitengesloten. Mensen die last hebben van een stigma worden niet alleen buitengesloten door onbekenden maar ook door vrienden en/of familie. Ze verliezen hierdoor vaak dierbaren. Om deze reden trekken mensen met een psychische aandoening zich vaak terug in hun eigen schulp, dit doen ze omdat ze zich schamen en bang zijn voor afwijzingen. Dit leidt vaak tot een sociaal isolement.<sup>15</sup> Zo schrijven de Goei, Plooy en Weeghel in 2006 dat mensen met een psychische aandoening regelmatig plaats en personen die zouden kunnen stigmatiseren compleet mijden.<sup>16</sup>

### > Laag zelfbeeld

De website [www.pastoralezorg.be](http://www.pastoralezorg.be) schrijft dat vooral de psychologische impact niet te onderschatten is. Wanneer iemand last heeft van een stigma voelt hij/zij zich vaak onbegrepen of krijgt het gevoel dat hij/zij er niet meer bij hoort door zijn psychische problematiek.

Dit resulteert in een laag zelfbeeld en weinig vertrouwen in eigen kunnen. Het begrepen voelen, zo schrijft de eerder genoemde website, is net datgene wat mensen verder helpt. Dit wordt echter verstoord door stigmatisering.<sup>17</sup>

### > Depressiviteit

Volgens GGZ Standaarden (online kennisbank met alle zorgstandaarden, richtlijnen en generieke modules) kan men ook depressieve symptomen krijgen als gevolg van een stigma. Dit kan, meldt GGZ Standaarden, leiden tot risicofactoren voor suicidaliteit.

### > Het vermijden van hulp

Omdat stigma's veel schaamte opleveren komt het regelmatig voor dat mensen het niet aandurven om (professionele) hulp voor hun probleem te zoeken. Dit gebeurt omdat men bang is om veroordeeld/benadeeld te worden, meldt GGZ Standaarden.<sup>18</sup>

### > Problemen op de werkvloer

De gevolgen van stigmatisering op de werkvloer bestaan uit werkloosheid, inkomensverlies en men kan door een stigma minder kans op een baan hebben. Mensen zonder psychische aandoening worden sneller aangenomen omdat hen 'niks' mankeert en zo 'beter' hun werk kunnen doen, meent Samen Sterk Zonder Stigma.<sup>19</sup>

*Stigma's kunnen tot heftige gevolgen leiden: schaamte, sociaal isolement, onzekerheid, angst, depressiviteit, suicidaliteit, vermindering (professionele) hulp en problemen op de werkvloer.*

15 <https://www.samensterkzonderstigma.nl/wat-is-stigma/kennis/invloed-stigma/>

16 De Goei, Plooy, van Weeghel 2006, p.11.

17 <https://www.pastoralezorg.be/page/uitgelicht-stigmatisering-negatieve-gevolgen/>

18 <https://www.ggzstandaarden.nl/generieke-modules/destigmatisering/samenvatting-en-tools>

19 <https://www.samensterkzonderstigma.nl/stigma-en-werk/op-het-werk/>





*De algehele oorzaak, ofwel het startpunt van een stigma heeft altijd te maken met onvoldoende informatie.*

## 2.4 / conclusie

Stigmatisering is een groot probleem: daar was ik van op de hoogte. Het heeft me wel doen verbazen hoe groot de gevolgen van stigmatisering kunnen zijn. Door mijn onderzoek naar stigmatisering ben ik nog meer gedreven om dit onderwerp te behandelen als grafisch ontwerper. De grote nood die het heeft zorgt ervoor dat ik een enorme drijfveer heb om dit onderwerp te behandelen.

### > **Waarom is er sprake van stigmatisering van psychische aandoeningen?**

Uit mijn onderzoek blijkt dat het te maken heeft met verschillende aspecten. Men stigmatiseert wegens onwetendheid. Door onvoldoende kennis over psychische aandoeningen gaan mensen al snel stigmatiseren. Daarnaast krijgen kinderen vaak een bepaalde visie mee vanuit hun opvoeding en zo nemen ze met gemak het stigmatiseren van hun omgeving over. In de media worden mensen met psychische aandoening ook vaak als negatief gelabeld. Omdat mensen de media zien als iets wat vaak de waarheid spreekt nemen mensen deze 'mening' al snel over.

De algehele oorzaak, ofwel het startpunt van een stigma heeft altijd te maken met onvoldoende informatie. Zo stigmatiseert de media omdat ze zich onvoldoende hebben verdiept in het onderwerp en krijgen kinderen het vanuit hun opvoeding mee omdat hun omgeving onvoldoende geïnformeerd is.

# 3.0 social design

- 3.1 | victor papanek
- 3.2 | looks good feels good is good
- 3.3 | social design in de gezondheidszorg
- 3.4 | reflectie



## 3.0 / social design

Uit voorgaand hoofdstuk blijkt dat de grootste oorzaak van stigmatisering een gebrek aan kennis is en dat dit een interessant punt voor mij is om als grafisch ontwerper op in te springen. Omdat ik me met dit onderwerp bezighoud met een sociaal-maatschappelijk thema leg ik in dit hoofdstuk social design onder de loep.



Het doel van dit hoofdstuk is om antwoord te vinden op de deelvraag: op welke wijze kan ontwerp iets betekenen voor de gezondheidszorg? Om antwoord te vinden op deze deelvraag behandel ik in dit hoofdstuk het onderwerp social design. Wat houdt het in, waar komt het vandaan en wat hebben social designers betekend binnen de gezondheidszorg? Als ik dit heb onderzocht hoop ik een goed beeld te hebben van wat ontwerp kan betekenen voor de gezondheidszorg om hier vervolgens op verder te borduren.

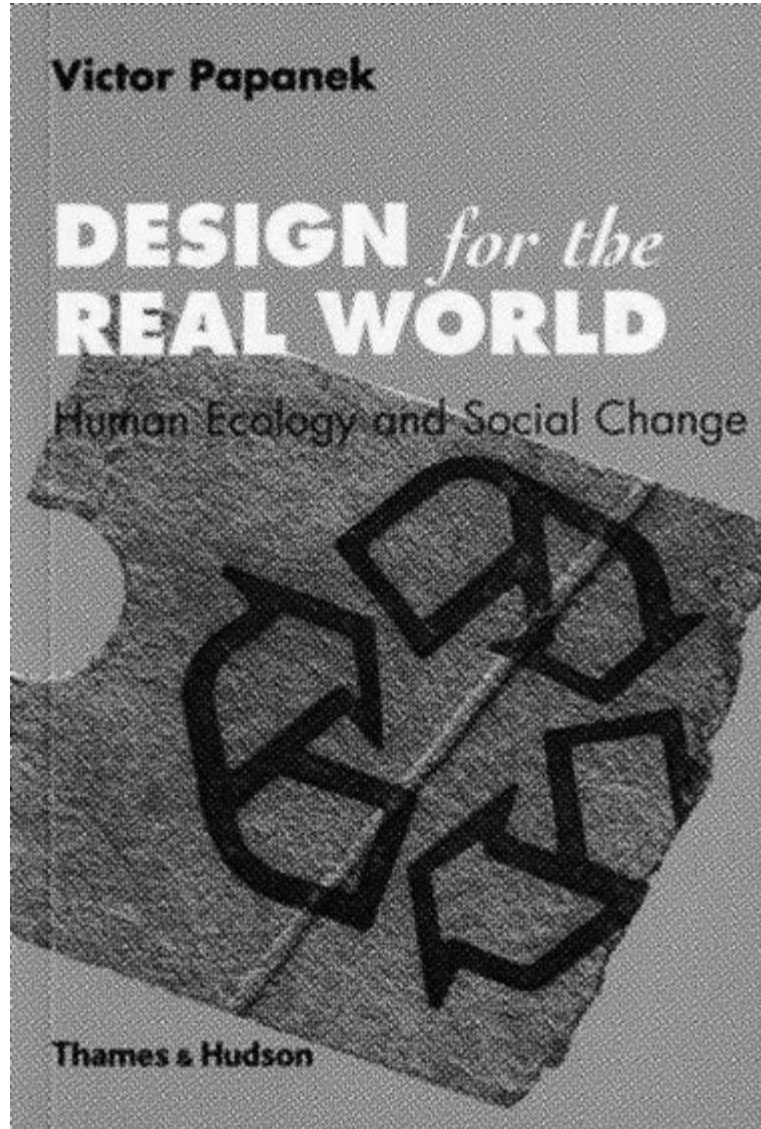
Social design is naar mijn mening ontwerpen voor en met de samenleving. Social designers hebben als doel om sociale verandering tot stand te brengen. Social design is een manier van ontwerpen dat iets kan toevoegen aan het menselijk welzijn.



### / wat is social design?

Op Wikipedia.com staat social design als volgt omschreven:

*'Social design is design, that is mindful of the designer's role and responsibility in society, and of the use of the design process to bring about social change. Social design is also a critical discipline that challenges the pure marketorientedness of conventional design practice, and attempts to see past this into a more inclusive conception of design, in which user groups who are marginalized are also given priority.'*<sup>20</sup>



### 3.1 / victor papanek

Victor Papanek (1923-1998) is de grondlegger van social design. Papanek was een Oostenrijks-Amerikaans ontwerper en maakte veel indruk met zijn lezingen, producten en boeken.

Tot vandaag de dag wordt Papanek als voorbeeld beschouwd wegens zijn visie op ontwerpen voor de echte wereld. Het boek 'Design For The Real World' (1972), geschreven door Victor Papanek, is 's werelds meest gelezen boek over design en is vandaag de dag vertaald in meer dan 20 talen.<sup>21</sup>

In dit boek meent Papanek dat vormgeving veel verder gaat dan het ontwerpen van producten. Papanek roept ontwerpers op om verantwoordelijkheid te nemen. Papanek was iemand met een duidelijke mening en stak dit niet achter stoelen of banken. In de tijd waarin Papanek zijn visie deelde bereikte hij maar weinig.

Dit omdat in de jaren zestig en zeventig het nog niet gebruikelijk was om zowel esthetiek als ethiek te koppelen aan het ontwerp vak, zoals we dat nu wel doen.<sup>22</sup> Daarom zijn de ideeën van Papanek nu wel van belang: social design is inmiddels een begrip geworden en is niet meer weg te denken.

<sup>21</sup> <https://www.amazon.co.uk/Design-Real-World-Ecology-Social/dp/0500273588>

<sup>22</sup> Papanek, V. J. (1985). Design for the Real World: Human Ecology and Social Change (2nd Rev).



## 3.2 / looks good, feels good, is good

Een belangrijk boek over social design is een boek van Anne van der Zwaag (1978) genaamd: 'Looks Good, Feels Good, Is Good'. Het boek bestaat uit vijf hoofdstukken die verbonden zijn aan thema's waar social designers zich mee bezig houden.

Één van deze hoofdstukken is genaamd: 'WELL-BEING' oftewel, welzijn. Dit hoofdstuk bevat social design projecten over het welzijn van de mens. Dit is voor mij relevant omdat mijn onderwerp hier ook onder valt. Punten uit dit hoofdstuk die mij zijn bijgebleven zal ik in dit hoofdstuk toelichten.

Om sociaal geëngageerde projecten te verwezenlijken is geld nodig. Het probleem bij dit soort projecten is alleen vaak dat het geld er niet is. Hoe ga je hiermee om? Een goed voorbeeld is het project *ColaLife* (2012), bedacht door de Britse ontwerper Simon Berry (leeftijd onbekend). Berry verbaasde zich over het feit dat in elke hoek van de wereld Coca Cola werd geleverd terwijl in veel landen het leveren van levensreddende medicijnen een probleem is. Berry ontwierp een nieuwe verpakking voor de medicijnen. Deze verpakking ontwierp hij op zo'n manier dat het precies in de lege ruimtes past van de kratjes van de Cola flessen. Op deze manier wordt er gebruik gemaakt van het grote distributiesysteem van Coca Cola en komen er op deze manier geen extra distributiekosten bij.

Dit project laat zien hoe in oplossingen kan worden gedacht wanneer bijvoorbeeld financiering of distributie een probleem is. Waarom niet gebruik maken van elkaar? Samenwerking is cruciaal voor het welzijn maar hiervoor is wel een mentaliteits- en gedragsverandering nodig meent het boek *Looks Good Feels Good Is Good*.

Welzijn betekent veel meer dan welvaart, betoogt de auteur van dit boek. Het raakt ons allemaal. Om deze reden hebben praktisch en bescheiden ontwerpen de meeste impact. Ontwerpen voor het welzijn van de mens is om deze reden geen ontwerpstyl of -methodiek maar een mentaliteit.

Het is niet alleen voor een bevoorrechte doelgroep, het is voor iedereen. Daarom heet het ook: social design. Het gaat ons allemaal aan.<sup>23</sup>

23

Van der Zwaag, A. (2014).  
*Looks good feels good is good* (1ste editie).





### 3.3 / social design in de gezondheidszorg

Dit hoofdstuk bevat een gedetailleerder onderzoek naar social design in de praktijk om een beter inzicht te krijgen in dat wat er al gedaan is op dit gebied. In dit hoofdstuk bespreek ik Maartje Nevejan, die een project is gestart over absences bij epilepsie; een relatief onbekend begrip.

Daarnaast bespreek ik een spraakmakende special van de NOS over depressies bij jongeren en sluit ik af met een campagne van SIRE over stigmatiseren. Aan het eind van dit hoofdstuk over social design hoop ik antwoord te hebben gevonden op mijn deelvraag: op welke wijze kan een ontwerper iets betekenen voor de gezondheidszorg?

#### > Maartje Nevejan

Maartje Nevejan (1960) is een documentairemaker uit Utrecht. Nevejan studeerde aan de Amsterdamse Toneelschool, Kleinkunstacademie in Amsterdam en aan de Stella Adler Studio in New York.<sup>24</sup>

'If You Are Not There, Where Are You?' (2019) is een project van Maartje Nevejan. Dit project, waaronder een film, gaat over absence epilepsie, waar Nevejan als kind ook last van had. Het is een relatief onbekend begrip, maar dat maakt het niet minder heftig.

Wanneer iemand een absence heeft is hij/zij plotseling voor een paar seconden afwezig. Mensen denken vaak dat het kind in kwestie dan gewoon aan het dromen is. Door het hebben van een absence kunnen patiënten stukjes informatie missen, omdat ze 'even' afwezig zijn wanneer ze een absence hebben.

*Epilepsie is een van de slechts begrepen ziektes die er bestaan. Dit maakt mensen met epilepsie angstig en eenzaam. Doordat deze aandoening zo slecht begrepen is gaan mensen stigmatiseren.*

Epilepsie is een van de slechts begrepen ziektes die er bestaan. Dit maakt mensen met epilepsie angstig en eenzaam.<sup>25</sup> Doordat deze aandoening zo slecht begrepen is gaan mensen stigmatiseren. Nevejan laat door het project mensen ervaren hoe het is om een absence te hebben door het te visualiseren.

Door dit te visualiseren worden mensen op een totaal andere manier geïnformeerd over een onderwerp. In plaats van informatie te geven door het letterlijk uit te leggen wordt hier een ervaring gedeeld. Door het zelf min of meer te ervaren kan het publiek het op deze manier veel beter begrijpen.



24 <https://www.filmfestival.nl/persoon/maartje-nevejan/>

25 <https://areyouthere.nl/over-het-project/>

## > Ik zie wat jij niet ziet en de kleur is zwart (2018)

*Drie op de tien jongeren voelen zich depressief, dat is vaak niet direct aan de buitenkant zichtbaar. De vraag naar psychische hulp is groter dan ooit. NOS maakte in 2018 een special over dit onderwerp genaamd: Ik zie wat jij niet ziet en de kleur is zwart.*

In deze special kruip je een dag in het hoofd van een jongere met een depressie met als doel om meer begrip te kweken voor dit zware onderwerp. De special is geen film; het is een interactief scroll-verhaal waarbij de kijker actief deelneemt aan het verhaal. Iedere beleving in het verhaal wordt gevolgd door een toelichting van iemand met een depressie.

De dag begint en dit is voor veel mensen met een depressie een zwaar moment. Het liefst blijven ze liggen. Terwijl je naar beneden scrollt komt er een telefoon in beeld en gaat de wekker. De kijker wordt direct belaagd met negatieve gedachten in de vorm van meldingen. Het verhaal wordt vervolgd door een video van een jongen die boodschappen gaat doen. Je beleeft de wereld vanuit zijn ogen en je kan hierbij kiezen om de depressie-modus aan of uit te zetten.

Hierdoor krijgt de kijker inzicht in het verschil tussen boodschappen doen met en zonder depressie. De onderwerpen social media en vrienden komen ook naar voren. Het verhaal wordt afgesloten met een positieve noot. De zes jongeren die naar voren zijn gekomen in dit verhaal vertellen over hoe ze uit hun depressie zijn gekomen en wat jij het beste kunt doen als je je depressief voelt.<sup>26</sup>

Deze special is een prachtig voorbeeld van wat design kan betekenen voor mensen met een psychische aandoening, in dit geval een depressie. Het is zo ontworpen dat de kijker een andere wereld beleeft en hierdoor beter weet hoe het is om een depressie te hebben.

afb. 7,8 & 9 / NOS.nl







www.sire.nl

**VOOR IEDEREEN DIE  
DENKT DAT IEMAND MET  
EEN BURN-OUT EIGENLIJK  
VAKANTIE NEEMT.**

**DE HULPLIJN VOOR  
MENSEN ZÓNDER  
PSYCHISCHE ZIEKTE**

**0900-0727**

te bereiken van dinsdag t/m zaterdag tussen 11-14 uur en 18-21 uur. € 0,10 per minuut.

afb. 10 / SIRE

## > SIRE

*SIRE is een bekende stichting en maakt reclame-campagnes over maatschappelijke problemen. SIRE heeft in 2013 een campagne gedaan over het doorbreken van het taboe over psychisch ziek zijn.*

Bij deze campagne heeft SIRE een hulplijn gelanceerd. Deze hulplijn dient voor naasten van mensen met een psychische aandoening. Naasten kunnen vragen stellen over hoe zij het beste met iemand met een psychische aandoening om kunnen gaan. Aan de andere kant van de hulplijn zitten mensen met psychische aandoening of die er één hebben gehad.

Om dit te communiceren heeft SIRE televisie-, radio- en online campagnes gelanceerd. Mensen met psychische aandoeningen vertellen kort over hun ervaring met het hebben van een stigma en verwijzen daarna naar de hulplijn voor mensen zonder psychische aandoening.<sup>27</sup> De stigmatiserende groep wordt op deze manier neergezet als de groep met het probleem in plaats van andersom. Hierdoor wordt de doelgroep geconfronteerd.

27

<https://sire.nl/campagnes/doorbreken-van-taboe-op-psychisch-ziek/>

## 3.4 / reflectie

In dit hoofdstuk heb ik de term social design onder de loep gelegd en heb ik gekeken naar verschillende projecten met betrekking tot het thema van mijn scriptie.

Na dit onderzoek ben ik er achter gekomen dat het visualiseren van een gevoel een zeer interessant punt is. Zo kan er op een heldere manier een complex onderwerp aan het licht worden gebracht. Wanneer een ervaring wordt gedeeld door middel van een visualisatie van een belevingswereld wordt in plaats van letterlijk informatie te geven informatie verteld op een manier die veel meer zegt.



afb. 11 / Simon Berry



afb. 12 / Simon Berry

### > Op welke wijze kan ontwerp iets betekenen voor de gezondheidszorg?

Ik denk niet dat dat in een kort antwoord uit te leggen valt. Een ontwerper kan op verschillende gebieden iets betekenen voor de gezondheidszorg. Kijk naar Simon Berry, die de medicijnverpakkingen bedacht. Dit ontwerp heeft er voor gezorgd dat er weer medicatie op plekken in de wereld beschikbaar was waar het voorheen niet het geval was wat betekent dat de ontwerper in dit geval waarschijnlijk levens heeft gered.

Het project van Maartje Nevejan over absences bij epilepsie. Nevejan liet de toeschouwer ervaren hoe het is om een absence te hebben. Door deze ervaring krijgen mensen een veel beter inzicht in

dit nog relatief onbekende onderwerp.

Een onderwerp als absences is lastig uit te leggen in taal, door het op deze manier te doen kweekt Nevejan begrip van de toeschouwer. Bij de campagne van SIRE over het doorbreken van het taboe over psychisch ziek zijn werd de doelgroep geconfronteerd. Zij worden neergezet als de groep met het probleem in plaats van de groep die zij stigmatiseren. Het steentje wordt terug gekeerd en dit laat de doelgroep beter nadenken over het onderwerp.

Kortom: ontwerp kan op diverse fronten veel betekenen voor de gezondheidszorg. Door het samenwerken met verschillende disciplines kan de ontwerper zorgen voor nieuwe inzichten en oplossingen.

*Op welke wijze kan ontwerp iets betekenen voor de gezondheidszorg?*

# 4.0

de geschiedenis  
en denkers  
over gevoel  
*(in de kunst)*

- 4.1 | de verlichting
- 4.2 | de romantiek
- 4.3 | jean-paul sartre
- 4.4 | gevoel en grafisch ontwerpen

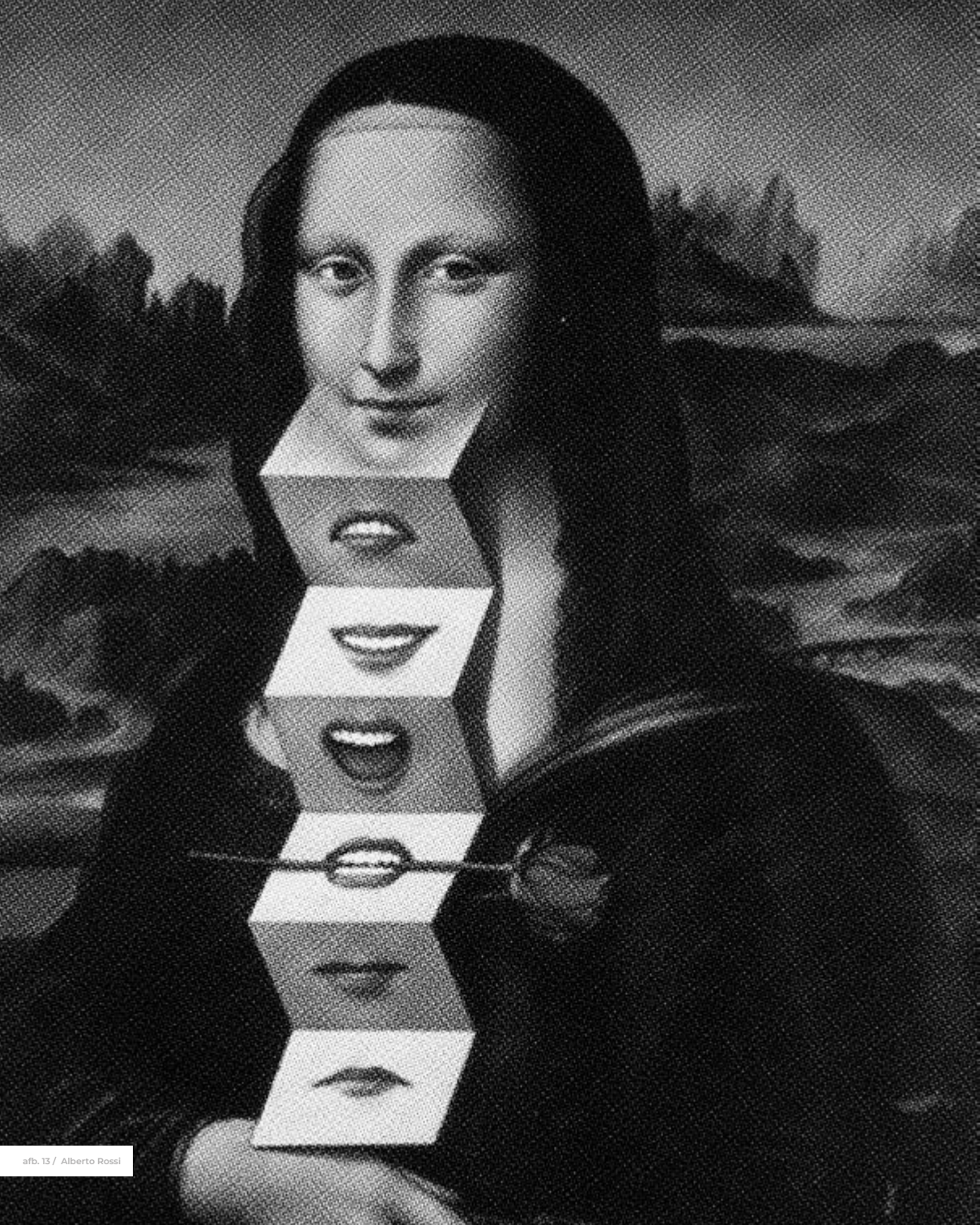


## 4.0 / de geschiedenis en denkers over gevoel *(in de kunst)*

Uit voorgaand hoofdstuk bleek dat het visualiseren van gevoel een manier is van informatie vertellen waar meer mee wordt bereikt dan plat informatie vertellen. Wat is de waarde van gevoel in de kunst? Om dit verder te onderzoeken duik ik in dit hoofdstuk in de geschiedenis van gevoel in de kunst. Ook komen er in dit hoofdstuk filosofen aan bod met hun visie over gevoel en het uiten hiervan.

Binnen het thema stigmatiseren worden er eigenschappen aan mensen toegekend die vaak niet eens kloppen. Wat zegt een psychische aandoening nou echt over een persoon? Door het hebben van een stigma durven mensen vaak hun emoties niet te uiten omdat ze bang zijn voor de gevolgen. Kunst is een manier voor velen om emoties te delen.

Wanneer we kijken naar gevoel in relatie met kunst valt dit al snel te koppelen aan de romantiek. Deze stroming was sterk aanwezig in de kunst aan het eind van de 18e en de 19e eeuw. De romantiek was een tegenreactie op de Verlichting, die eraan vooraf was gegaan.





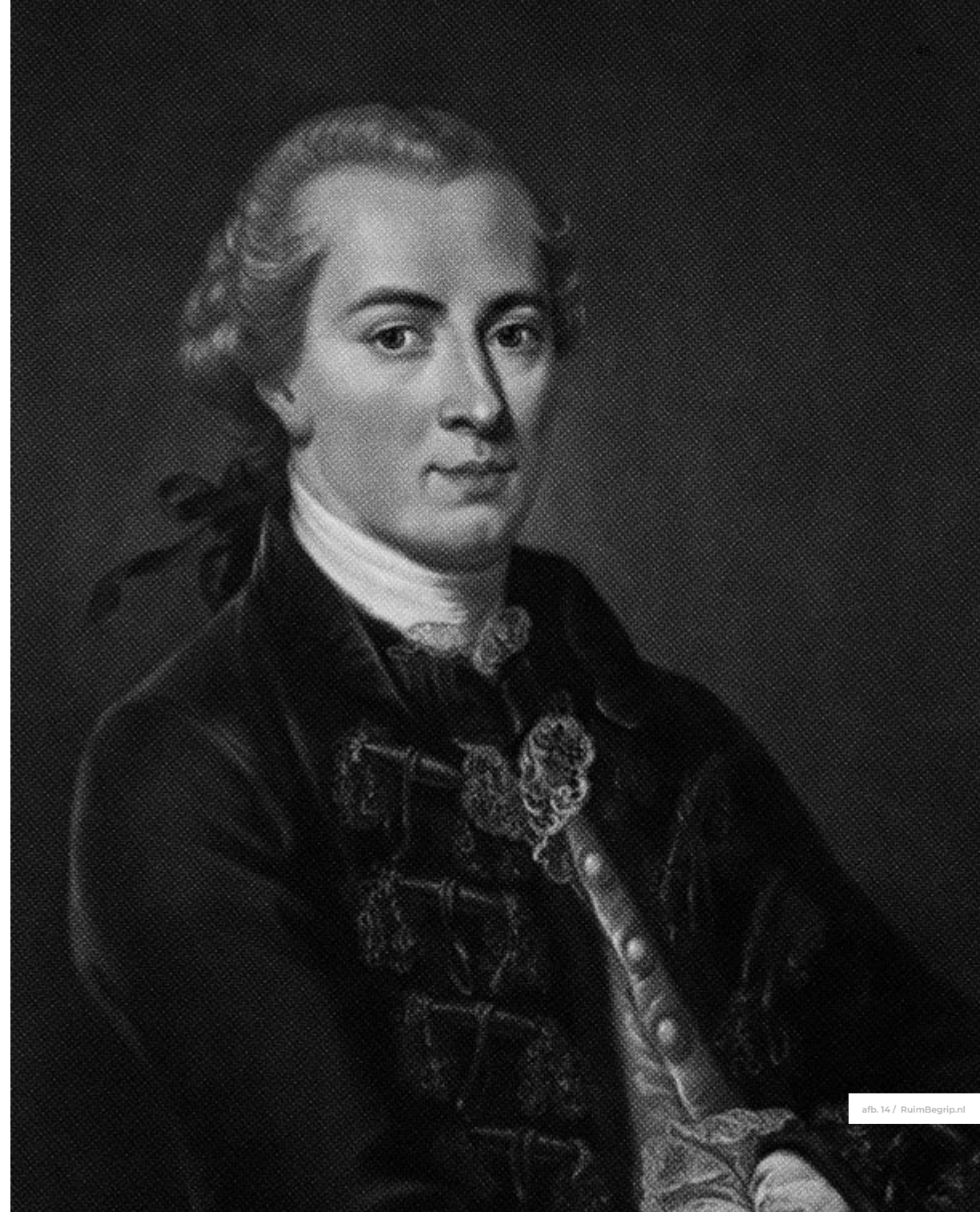
## 4.1 / de verlichting

De Verlichting kwam tot bloei in de 17e en 18e eeuw. Dit had alles te maken met het essay wat filosoof Immanuel Kant schreef in 1784, waarin hij onderzoekt wat de Verlichting inhoudt.

De tijd van de Verlichting is een tijd waar mensen hun eigen verstand gebruiken en deze uitspreken. Ze zijn niet langer onmondig. Volgens Kant was onmondigheid een gebrek aan moed en wilskracht. Kant meent dat alleen een vrij mens bij zichzelf kan nagaan of zijn handelingen moreel te rechtvaardigen zijn. Vrijheid betekent bij Kant niet 'doen wat je wilt', vrijheid impliceert verantwoordelijkheid. Kant geeft in zijn categorisch imperatief een criterium: handel op zo'n manier waarvan je zou willen dat het een algemene wet wordt. Wanneer iedereen hetzelfde zou handelen als jij moet het geen problemen opleveren.<sup>28</sup>

Wanneer we kijken naar het begrip stigma, waar mensen bepaalde groepen of individuen buitensluiten en benadelen, zouden we volgens Kant moreel onjuist handelen. De stigmatiserende mens handelt namelijk niet zoals ze zelf behandeld zouden willen worden. Wanneer men wel zou handelen op de manier die volgens Kant beschouwd wordt als moreel juist zou er waarschijnlijk niet worden gestigmatiseerd.

*Alleen een vrij mens kan bij zichzelf nagaan of zijn handelingen moreel te rechtvaardigen zijn.*





## 4.2 / de romantiek

In de tweede helft van de 18e eeuw ontstond er kritiek op de Verlichting. Vanuit deze kritiek ontstond de Romantiek. Daar waar een verlichtingsdenker zich richt op het verstand, richt een romanticus zich op de verbeeldingskracht, het gevoel en de emoties.

Dit zou een veel dieper inzicht bieden dan wanneer je je alleen richt op het verstand. We hebben geen passieve relatie met de buitenwereld, maar een actieve, gevoelsmatige en creatieve.<sup>29</sup>

Één van de grondleggers van de romantiek is *Jean Jacques Rousseau* (1712-1778). De waarheid is volgens Rousseau altijd het gevoel. Rousseau weigerde bij alle keuzes die hij maakte zich te laten leiden door wat anderen vinden, in plaats daarvan ging Rousseau uit van zijn eigen gevoel. Rousseau schrijft een boek over zichzelf, genaamd: 'Bekentenissen' (1782). In dit boek probeert Rousseau te verklaren waarom hij is geworden zoals

hij is. Rousseau beschrijft in dit boek ieder detail uit zijn leven en laat hierbij geen gebeurtenis achterwege. Hij beschrijft voornamelijk zijn gevoelens en gedachten.<sup>30</sup>

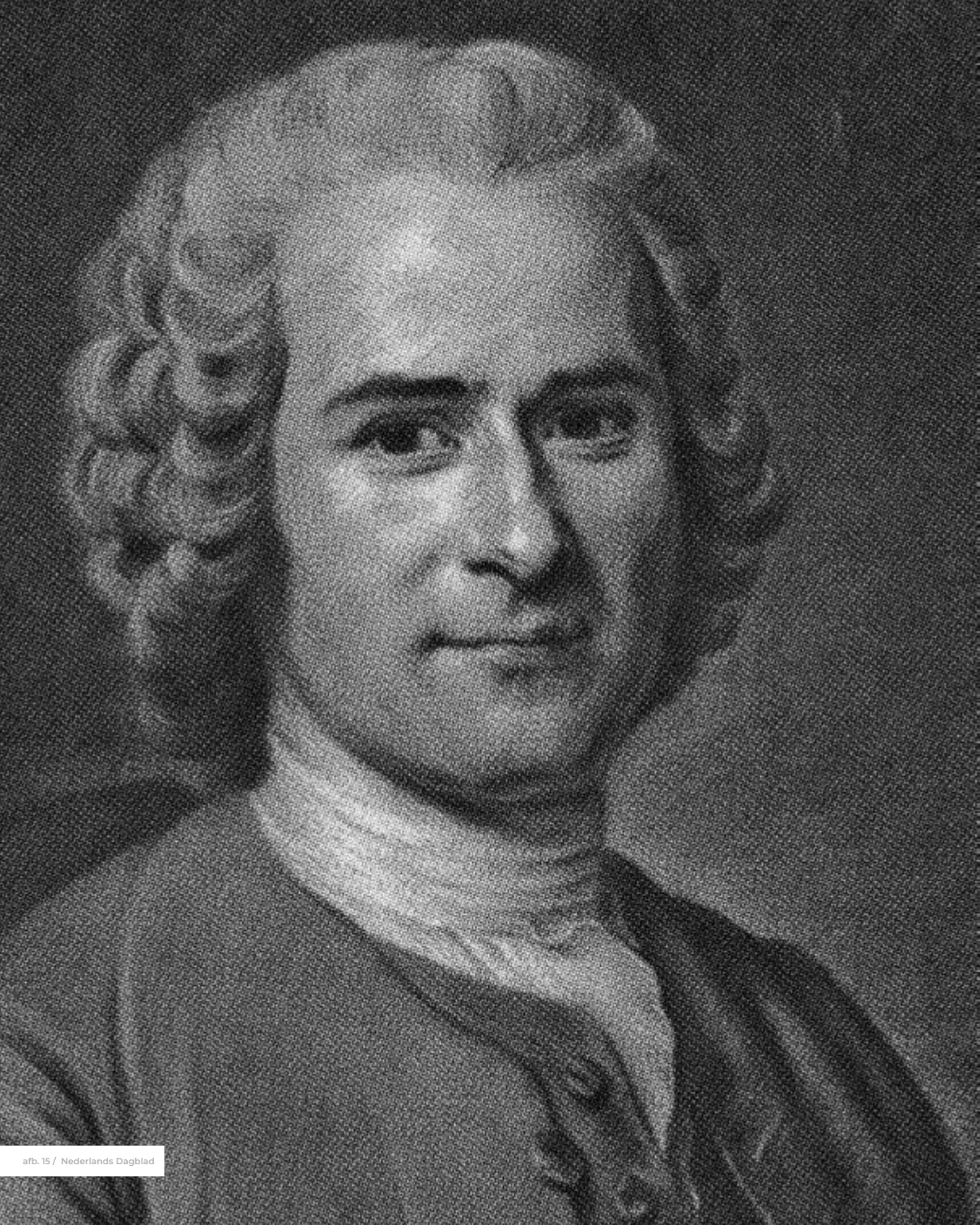
Volgens verlichtingsdenker Immanuel Kant is de rede (het verstand) de basis van kennis, omdat de waarneming of de werkelijkheid eerst altijd nog door het verstand geïnterpreteerd moet worden om tot kennis te komen.<sup>31</sup> Volgens Rousseau maakt de rede mensen onoprecht en ondoorzichtig, omdat het contact met het gevoel hierdoor vertroebeld wordt en het gevoel zelf ondergesneeuwd raakt.<sup>32</sup>

29 <https://www.bronso.nl/blog/geschiedenis/verlichting-en-romantiek>

30 <https://www.filosofie.nl/jean-jacques-rousseau/index.html>

31 <https://www.filosofie.nl/kant/index.html>

32 <https://humanistischecanon.nl/venster/rede-of-emotie/jean-jacques-rousseau-bekentenissen/>







De Romantiek gaat uit van het idealisme, niet van het realisme. Dat wat er is wordt door onze geest bepaald; de wereld bestaat door onze ideeën.<sup>33</sup> Tijdens deze periode ontstond er een sterk emotionele tijd waar mensen verlangden naar het onhaalbare. De romantiek heeft voor veel diepgang geleid in de kunst. Vaak werd de werkelijkheid enigszins geïdealiseerd weergegeven. De natuur werd ervaren als bezield. Tijdens de romantiek werd de kunstenaar en het gevoel en de verbeelding hiervan als zeer belangrijk geacht.<sup>34</sup>

Een goed voorbeeld hiervan is Caspar David Friedrich (1774-1840), een schilder uit de periode van de romantiek. Friedrich stond bekend om zijn schilderijen waar hij landschappen een ziel gaf. Dit was totaal iets nieuws: in plaats van datgene schilderen wat al zichtbaar was gingen kunstenaars gevoel zichtbaar maken in hun schilderijen. Landschappen en historische gebeurtenissen waren veelvoorkomende onderwerpen, maar er was ook aandacht voor de donkere kanten van het menselijke bestaan, dromen en extreme ervaringen.<sup>35</sup>

---

33 <https://www.bronso.nl/blog/geschiedenis/verlichting-en-romantiek>

34 [https://nl.wikipedia.org/wiki/Romantiek\\_\(stroming\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Romantiek_(stroming))

35 [https://www.academia.edu/34207531/God\\_in\\_het\\_landschap](https://www.academia.edu/34207531/God_in_het_landschap)



## 4.3 / jean-paul sartre

Jean-Paul Sartre (1905-1980) was een Franse filosoof. Sartre stelt dat existentie voorafgaat aan essentie. Dit houdt in dat je gedurende je hele leven wordt gevormd tot wie je bent, dit is niet vooraf bepaald.

Er zijn veel filosofen die het omgekeerde beweren zoals Kant, Diderot en Descartes. Zij menen dat je hele leven al bepaald is voordat je geboren bent. Volgens Sartre is de mens gedoemd tot vrijheid, de mens moet zichzelf ontwerpen. Je bent wat je van je leven maakt, meent Sartre. Je kunt nog zoveel talenten hebben maar uiteindelijk gaat het erom wat je ermee doet. Sartre schrijft over het belang van jezelf zijn. Volgens Sartre ben je geen label die jijzelf of iemand anders je geeft.<sup>36</sup>

Sartre zijn visie is interessant om te betrekken tot mijn onderzoek over stigmatisering. Zoals Sartre zegt ben je geen label die jijzelf of iemand anders je geeft. Volgens Sartre zijn visie heb je als individu dus zelf de keuze om te

kiezen wat je (in dit geval) met je stigma doet: je bent immers wat je van je leven maakt. Door je niet te verschuilen achter je aandoening en niet mee te gaan in de vooroordelen die men over je heeft maakt het het leven in ieder geval makkelijker. En dit is natuurlijk makkelijker gezegd dan gedaan maar er zit zeker een kern van waarheid in.

*Je bent geen  
label die jijzelf  
of iemand an-  
ders je geeft.  
Je bent wat je  
van je leven  
maakt.*



36

<https://www.filosofie.nl/nl/artikel/26479/jean-paul-sartre-mensen-die-doen-alsof-ze-geen-keuze-hebben-zijn-schoften.html>

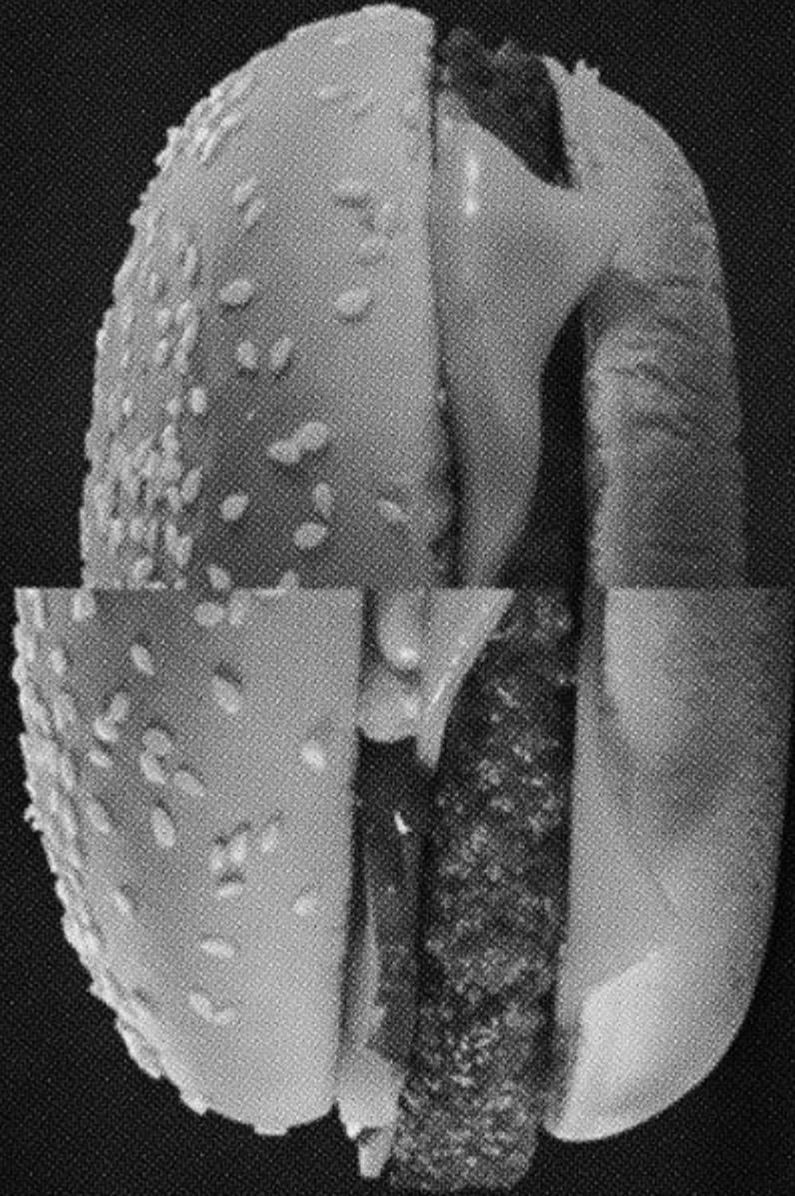


## 4.4 / gevoel en grafisch ontwerpen

Gevoel is een belangrijk aspect in het vak grafisch ontwerp, ontwerpers willen altijd een bepaald gevoel bij mensen oproepen.

Bij het ontwerpen van een affiche voor bijvoorbeeld een nieuwe smaak frisdrank wil een ontwerper zo veel mogelijk potentiële klanten binnen halen. Dit wordt gedaan door het zo smakelijk mogelijk vormgeven van het affiche en het product, wat vaak haaks tegenover de werkelijkheid staat. Denk bijvoorbeeld aan een affiche voor McDonald's, waarbij een Big Mac wordt afgebeeld met verse tomaat, lekker veel sla en een stomend hete 'vers van de grill' burger terwijl je in werkelijkheid een lauw warme burger ontvangt met drie sliertjes sla en een half plakje tomaat. In het reclamegebied speelt de ontwerper in op het gevoel van de mens en dit wordt ook vaak gemanipuleerd.

Het letterlijk weergeven/versterken van emoties is ook iets wat de ontwerper doet. Denk bijvoorbeeld aan affiches voor hulporganisaties in ontwikkelingslanden. Hierbij wordt vaak een emotioneel persoon/situatie weergegeven. Ook dit speelt in op het gevoel van de toeschouwer, het kan de toeschouwer medeleven laten voelen waardoor hij wellicht zal donatie zal doen.



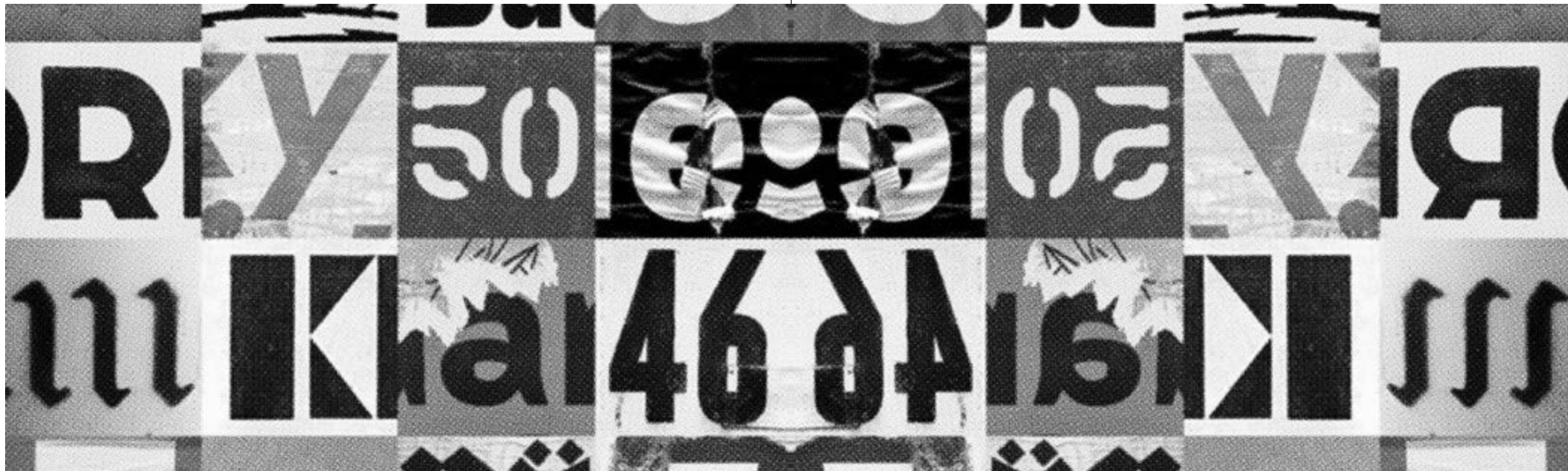
# 5.0

de kracht van  
de verschillende  
aspecten van het vak  
grafisch ontwerpen

5.1 | typografie

5.2 | kleurgebruik

5.3 | fotografie en iconen



afb. 19 / Patrick Thomas

## 5.0 / de kracht van de verschillende aspecten van het vak grafisch ontwerpen

Uit mijn onderzoek naar social design in de gezondheidszorg is gebleken dat het visualiseren van een belevingswereld van iemand met een (psychische) aandoening een geschikte manier is om op een andere manier informatie over te brengen. Door dit onderzoek ben ik geïntrigeerd geraakt naar deze manier van informatie vertellen. Omdat de voorbeelden niet compleet grafisch waren wil ik in dit hoofdstuk onderzoek doen naar hoe je als grafisch ontwerper een beleving kunt visualiseren.

Om dit te onderzoeken zal ik het vak grafisch ontwerpen gaan ontleden en alle aspecten apart van elkaar onder de loep gaan leggen. Als grafisch ontwerper speel je in op het gevoel van het publiek. Elk aspect van een ontwerp doet iets met de toeschouwer. Zo spelen niet alleen kleur en typografie met het gevoel van de toeschouwer maar speelt elk minuscule detail mee in het uitein-

delijke beeld en wat dit met de toeschouwer doet. In dit hoofdstuk volgt een onderzoek naar de verschillende aspecten van het vak grafisch ontwerp met als uiteindelijk doel uitvinden wat deze verschillende onderdelen van het vak kunnen betekenen binnen het visualiseren van mijn thema: psychische stoornissen.



## 5.1 / typografie

Typografie is een onmisbaar element in het vak grafisch ontwerpen. Door middel van typografie worden boodschappen gecommuniceerd. Je komt het iedere dag tegen; het is onderdeel van de dagelijkse communicatie.

Tekst op verpakkingen, bewegwijzering en affiches: typografie is overal.

Typografie is vaak veel meer dan de meeste mensen denken. Het is veel meer dan het uitkiezen van een 'mooi' lettertype. Typografie heeft te maken met het zetten, vormgeven, plaatsen, opmaken en drukken van tekst. Het is dan ook niet gek dat typografie een vak apart is.

Typografie biedt gigantisch veel ruimte om te experimenteren. Ik ben benieuwd op welke wijze typografie zou kunnen bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen. Om dit te onderzoeken ontleed ik typografie om zo de mogelijkheden te ontdekken van dit krachtige onderdeel van het vak grafisch ontwerpen.

### 5.1.1 / schreef- en schreefloze letters

Zonder dat men er wellicht bij stilstaat heeft net als ieder mens ook iedere letter een eigen uitstraling. Een schreefletter (zoals de Times New Roman) wordt vaak geassocieerd met de oudheid of luxe, de schreef op de letter zorgt voor deze uitstraling. Een schreefloze letter (zoals de Helvetica) wordt vaak met modern geassocieerd en staat ook wel bekend om zijn vaak open en toegankelijke uitstraling.

Dat de keuze tussen een schreef- of schreefloze letter ontzettend bepalend is voor wat het uiteindelijk met het publiek doet laat ik zien door middel van het logo van Google. In 1998 ontwierp mede-oprichter van Google Seregey Brin (1973) het logo van Google; een woordlogo bestaand uit schreefletters. Het logo van Google maakte door de jaren heen slechts kleine veranderingen door zoals een dunnere letter en een andere rangschikking van de kleuren. In 2015 kwam er echter een grote verandering aan het logo van Google.

De schreefletter maakte plaats voor een schreefloze letter. Google koos niet alleen voor deze schreefloze letter om er moderner uit te zien maar ook voor een vriendelijkere en toegankelijker uitstraling.<sup>37</sup> De vernieuwing van dit logo laat zien wat een schreef- of schreefloze letter uitstraalt. Google maakte de keuze om na een periode van 18 jaar de schreefletter in te ruilen, voor zo'n bekend logo is dat niet niks.

Wat typografie uitstraalt begint dus al bij de keuze tussen een schreef- of schreefloze letter. Deze keuze is een belangrijke beginstap binnen de typografie. Het straalt direct iets uit en dit heeft dus ook te maken wat het vaak onbewust al met het publiek doet. Naast deze belangrijke eerste stap zijn er

nog meer keuzes die een ontwerper moet maken wanneer hij/zij bezig gaat met de typografie. Binnen de schreef- en schreefloze letters vallen verschillende lettertypes.



### 5.1.2 / lettertypes

Ieder lettertype heeft zijn eigen uitstraling. Er is niet 1 soort schreefletter; er zijn honderden, duizenden en misschien wel miljoenen soorten verschillende lettertypes te vinden. Sommige lettertypes lijken bijna identiek op elkaar maar blijken in klein detail toch te verschillen. Ieder detail zegt iets over een letter.

Bij de Arial en de Futura bijvoorbeeld; ook al zijn het beide schreeflozen. Zo is niet alleen de letter 'a' op een andere manier ontworpen, de Futura is ook een stuk ronder dan de Arial. De Futura heeft dankzij zijn ronde uiterlijk een toegankelijke en open uitstraling; wat een lettertype met ronde vormen vaak heeft. Om nog dieper in te spelen op het gevoel van de toeschouwer is de keuze van een geschikt lettertype cruciaal.

Arial  
Futura  
Helvetica  
Verdana

### 5.1.3 / plaatsing, afmeting en spatiëring

Niet alleen de letter speelt mee met het uiteindelijke gevoel dat typografie je meegeeft. De plaatsing, afmeting en spatiëring van de letters spelen ook een grote rol. De afmeting en plaatsing van typografie is een belangrijk aspect waar goed over nagedacht dient te worden. Wanneer een woord heel klein op een groot vlak wordt geplaatst zal dit een ander gevoel oproepen dan wanneer hetzelfde woord immens groot op ditzelfde vlak geplaatst staat.

Met spatiëring wordt de ruimte tussen letters genoemd. Wanneer er wordt gesproken over een grote spatiëring dan is er sprake van een grote afstand tussen de letters. Bij een kleine spatiëring staan de letters juist dicht op elkaar. Een kleine spatiëring in combinatie met een robuust lettertype zou het gevoel van benauwdheid kunnen oproepen door de dichte plaatsing. Maar een kleine spatiëring in combinatie met een speels lettertype zou juist een knus gevoel kunnen oproepen.



afb. 23 / Herman van Borstelen

#### 5.1.4 / reflectie

Op welke wijze kan typografie bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen? Door middel van typografie valt veel uit te drukken. Ieder klein detail werkt hier aan mee. Door slim gebruik van de juiste letter, afmeting, plaatsing en spatiëring kan er met typografie veel gevisualiseerd worden, waaronder gevoel.

Dat typografie gevoel kan uitdrukken en/of kan geven aan de toeschouwer bewijst grafisch ontwerper Herman van Borstelen (leeftijd onbekend). Ik maakte kennis met Van Borstelen toen ik het boek 'Dutch Posters, a selection by Anthon Beeke' (2018) doorbladerde. Ik stuitte op een affiche van Herman van Borstelen voor Hogeschool voor de Kunsten Utrecht uit 2002. Dit affiche werd gemaakt naar aanleiding van een afscheidssymposium van Willem Henri Lucas, die tot 2002 het hoofd van afdeling grafisch ontwerp was op de academie.<sup>37</sup> Op dit affiche staat door middel van typografie een huilend gezicht afgebeeld.

Hier zijn alleen de letters W, H en L (de eerste letters van zijn naam) en de tekens ) en ' gebruikt. Dit affiche is een goed voorbeeld van wat er met typografie gedaan kan worden door slim gebruik van weinig tekens.



## Help mee aan een oplossing voor Alzheimer



### 5.1.4 / reflectie

Stichting Alzheimer zet zich in voor mensen met dementie en hun naasten. Na een onderzoek naar deze ziekte ontwikkelde Dumbar een herkenbare identiteit. Tijdens het ontwikkelen van deze identiteit is er veel contact geweest met patiënten, naasten en verzorgers om er vervolgens het optimale uit te halen.<sup>38</sup> De identiteit bestaat voornamelijk uit typografie waarvan delen van letters verdwijnen. Dit is gedaan door middel van vervaagde 'gaten'. Deze gaten in de typografie visualiseren de effecten van dementie; het vervagen van informatie, vergeetachtig worden. Hierdoor is de tekst soms nog amper te lezen, het vergt de kijker om extra goed te kijken wat er staat.

De door Studio Dumbar ontwikkelde identiteit van Stichting Alzheimer is een goed voorbeeld van wat typografie kan visualiseren. Studio Dumbar heeft middels deze identiteit een ziekte uit weten te beelden door middel van typografie.

Door middel van typografie kan naast inhoudelijke informatie vergeven een gevoel uitdrukken en mensen aanspreken. Dat is veel waardevoller dan alleen informatie vergeven. Typografie kan door middel van doordacht gebruik van alle aspecten een zeer waardevolle toevoeging zijn voor het bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen.



## 5.2 / kleurgebruik

Er zijn al veel onderzoeken gedaan naar kleur en wat dit bij mensen oproept. Na flink wat onderzoek te hebben gedaan naar dat wat er al onderzocht is op dit gebied kwam ik tot de conclusie dat bijna iedere bron wat anders zegt.

Zo zegt de één dat rood de kleur is van angst en de ander dat het de kleur is van liefde. Blauw is bij de één de kleur van afstand en bij de ander de kleur van rust. Omdat ik hier niet veel wijzer van werd ben ik zelf een onderzoek gestart naar de relatie tussen kleur en gevoel door middel van een enquête. Bij het invullen van deze enquête was het voor mijn respondenten geen kwestie van het aanvinken van multiple choice-opties, mijn doelgroep moest zelf een gevoel typen. Dit heb ik gedaan omdat ik op deze manier mijn respondenten niet in een bepaalde richting duw en ze dus geheel vrij laat met aangeven wat zij voelen. De kleuren rood, oranje, geel, groen, blauw, paars, roze, zwart en wit komen naar voren in dit onderzoek.

### 5.2.1 / reflectie

De uitkomsten zijn van het kleurenonderzoek zijn in dit hoofdstuk te vinden. In totaal hebben 35 mensen deelgenomen aan dit onderzoek, variërend van leeftijd. Niet ieder antwoord op iedere kleur komt naar voren omdat het anders onoverzichtelijk wordt. De antwoorden met de meeste stemmen zijn relevant omdat meerdere mensen dit dus ervaren.

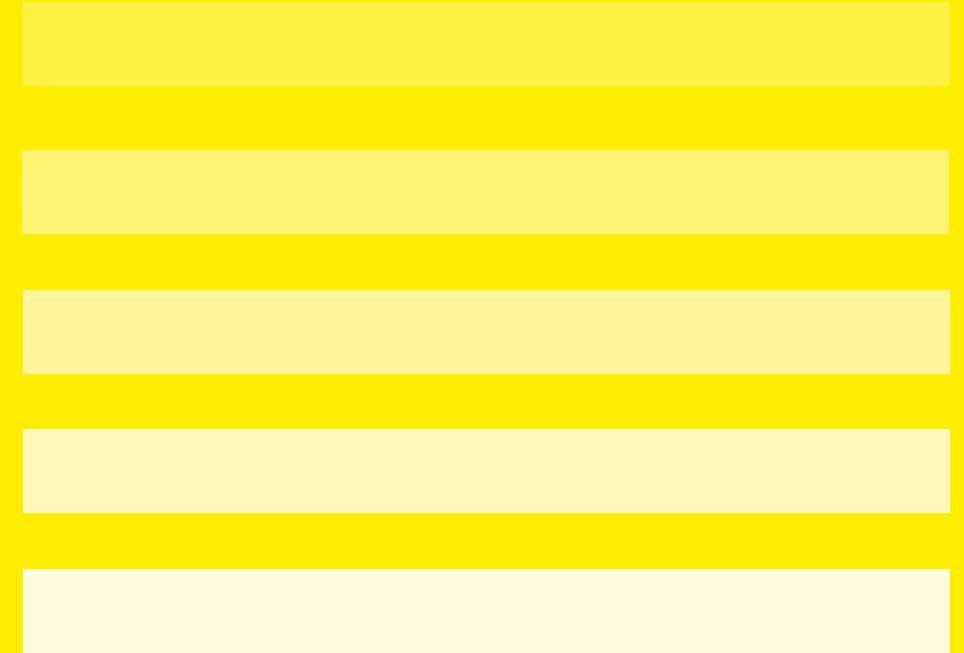
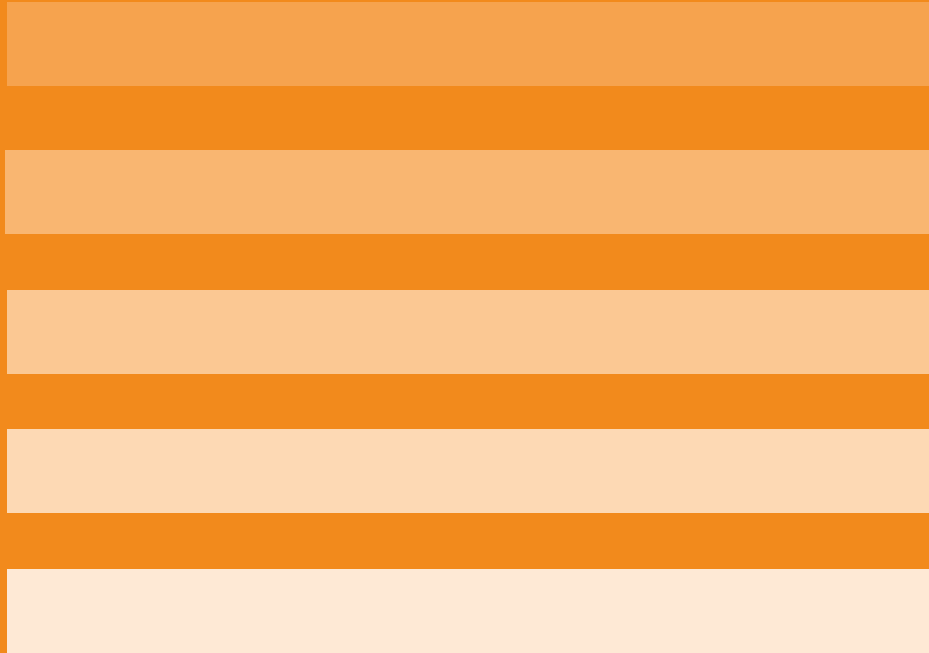


### 5.2.2 / uitkomst kleurenonderzoek

De uitkomsten zijn van het kleurenonderzoek zijn in dit hoofdstuk te vinden. In totaal hebben 35 mensen deelgenomen aan dit onderzoek, variërend van leeftijd. Niet ieder antwoord op iedere kleur komt naar voren omdat het anders onoverzichtelijk wordt. De antwoorden met de meeste stemmen zijn relevant omdat meerdere mensen dit dus ervaren.

#### rood

Een overduidelijke meerderheid van mensen associëren de kleur rood met woede. Op de tweede plek komt onrust, gevolgd door paniek en kracht. De meerderheid voelt woede bij het zien van een rode kleur. Ik denk dat dit komt omdat rood is zo'n krachtige kleur is. Het is geen kleur die gemakkelijk op de achtergrond zijn ding doet. Omdat de kleur rood zo krachtig is vraagt hij altijd aandacht en kan het als intens ervaren worden. Ik had verwacht dat men rood vooral zou associëren met liefde en passie. Dit was, op een enkeling na, niet het geval.



## oranje

Oranje wordt over het algemeen als positief ervaren. De meeste mensen associëren de oranje kleur met vreugde, feest en warmte. Ik denk dat dit gebeurt omdat oranje de kleur van Nederland is. Als wij een nationaal feest hebben of als we bijvoorbeeld ons voetbalteam gaan supporten op het WK kleurt heel het land oranje.

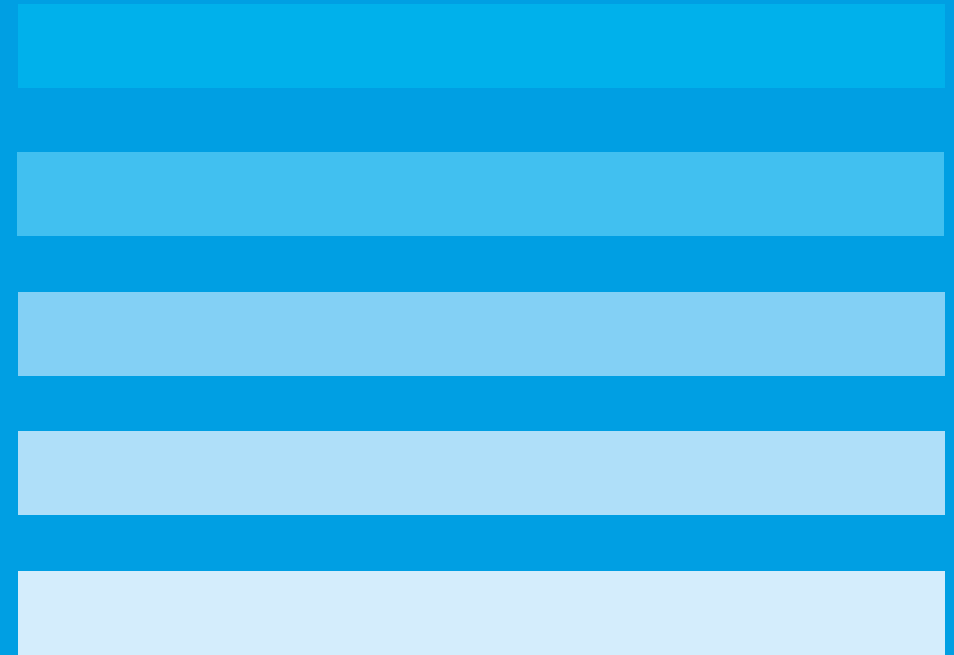
## geel

De gele kleur is ook een kleur die over het algemeen een positief gevoel geeft. Een overgrote meerderheid voelt dan ook vreugde bij het zien van een gele kleur. Daarnaast krijgen mensen ook een grappig gevoel van de kleur geel en zien mensen het als een energieke kleur. Deze positieve associaties bij het zien van de kleur geel verbazen me niet. De kleur geel is de kleur van de zon. De zon zorgt vaak voor geluk en ik denk daarom de kleur geel ook zo positief wordt ervaren.



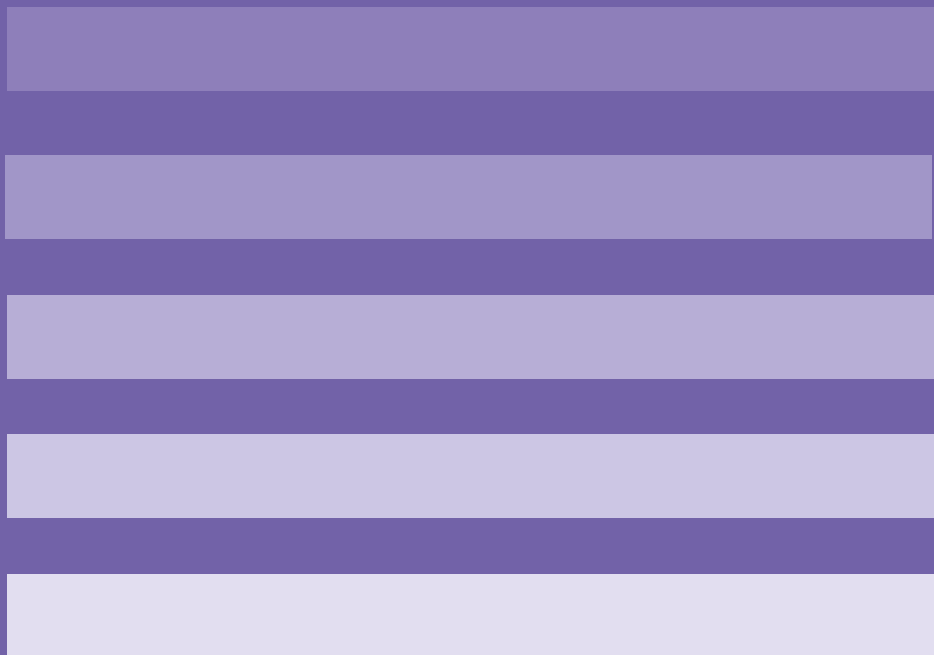
## groen

Een opvallende uitkomst voor de kleur groen: een meerderheid voelt rust bij het zien van deze kleur. Rust wordt gevolgd door vreugde en acceptatie. Ik had zelf verwacht dat groen actievere gevoelens op zou brengen: kijk bijvoorbeeld naar een stoplicht, waar groen staat voor 'gaan' of naar de natuur, waar alles wat groen is bloeit en groeit. Misschien voelen mensen juist om deze reden ook rust bij de kleur groen. De natuur is natuurlijk ook iets wat staat voor rust en puurheid.



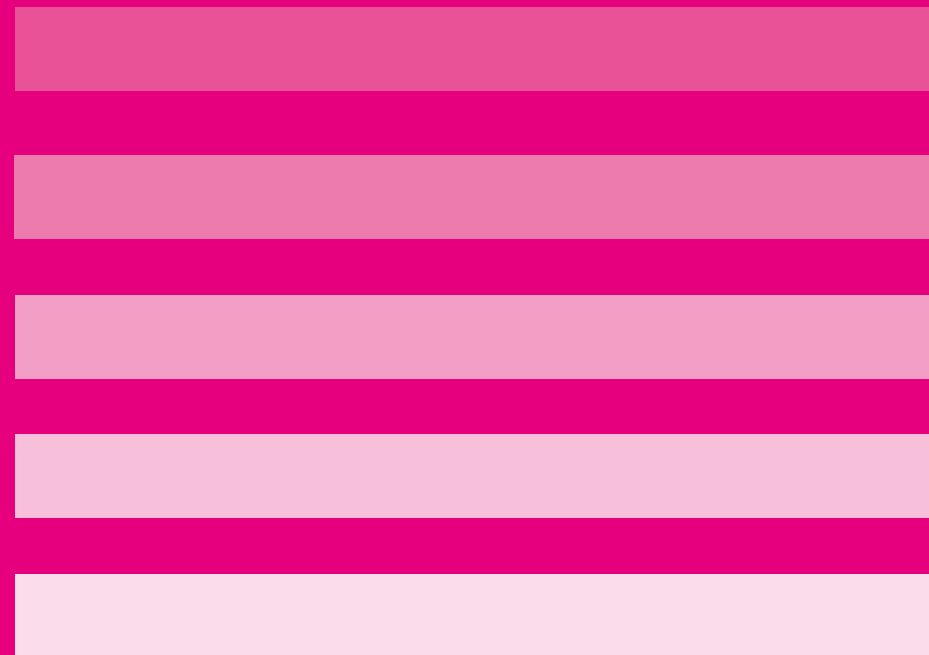
## blauw

De meeste mensen voelen rust bij het zien van een blauwe kleur, gevolgd door verdriet. Dat mensen rust voelen bij het zien van blauw verbaasd me niet: blauw is een zachte kleur. Het is dan ook niet zo'n intense kleur als rood. De blauwe kleur is de kleur van de lucht. Vaak is bij het zien van een blauwe lucht het weer ook rustig. Blauw is een koele kleur: om deze reden roept deze kleur vaak afstandelijke gevoelens op als alleen zijn en verdriet.



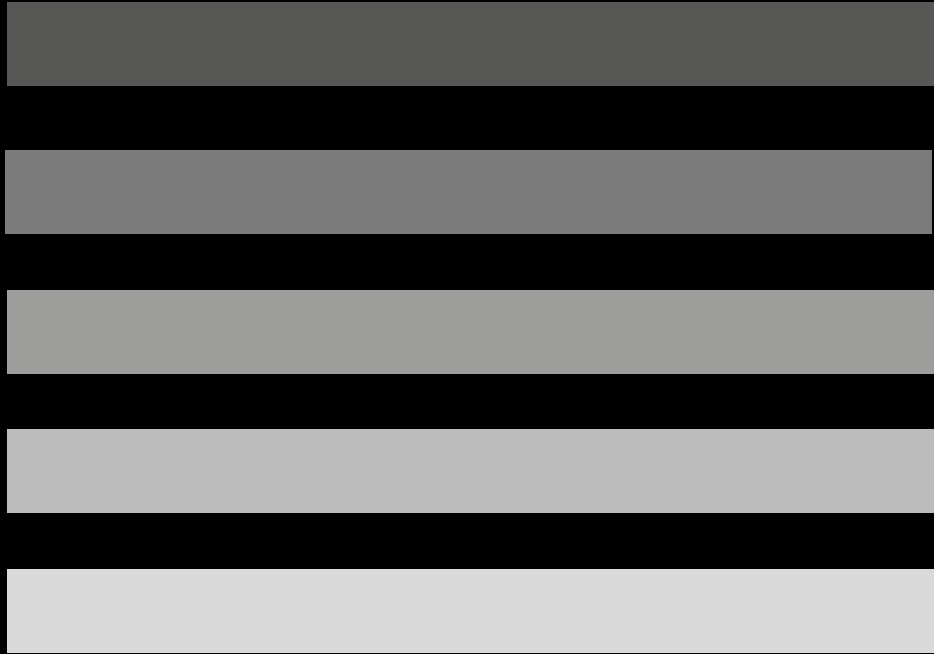
## paars

De paarse kleur wordt door de ogen van mijn respondenten gezien als een mysterieuze, duistere en onbetrouwbare kleur. Paars is een mengeling van de kleuren rood en blauw. Rood en blauw zijn elkaars tegenpolen. Omdat in de kleur paars deze twee kleuren samen komt zorgt dit denk ik voor het mysterieuze en onbetrouwbare gevoel.



## roze

De roze kleur roept een interessant gevoel op: de meerderheid geeft aan een overprikkeld gevoel te krijgen bij de kleur roze. Dit wordt gevolgd door vreugde en jeugdigheid. Waarom voelen mensen een overprikkeld gevoel bij het zien van deze kleur? Ik denk dat dat komt omdat de roze kleur, net als de rode kleur, een heftige kleur is. Het wordt gebruikt om alles op te fleuren en voornamelijk kinderen zien roze als de mooiste kleur op aarde.



## zwart

Zoals ik zelf al had verwacht voelen de meeste mensen een negatief gevoel bij het zien van de kleur zwart. De meeste mensen geven aan een somber gevoel te hebben wat gevolgd wordt door een duister- en mysterieus gevoel. De kleur zwart is de donkerste kleur die we kennen. Zwart absorbeert licht en zwart is de kleur van begrafenissen.

## wit

Wit is het tegenovergestelde van zwart: dit is ook terug te zien in de uitkomsten. Gevoelens die mijn respondenten krijgen bij het zien van de kleur wit zijn: rust, neutraal en vredig. Wit is de lichtste kleur die we kennen, het voelt dus ook niet zwaar aan en daarom voelt men deze gevoelens bij het zien van deze kleuren.



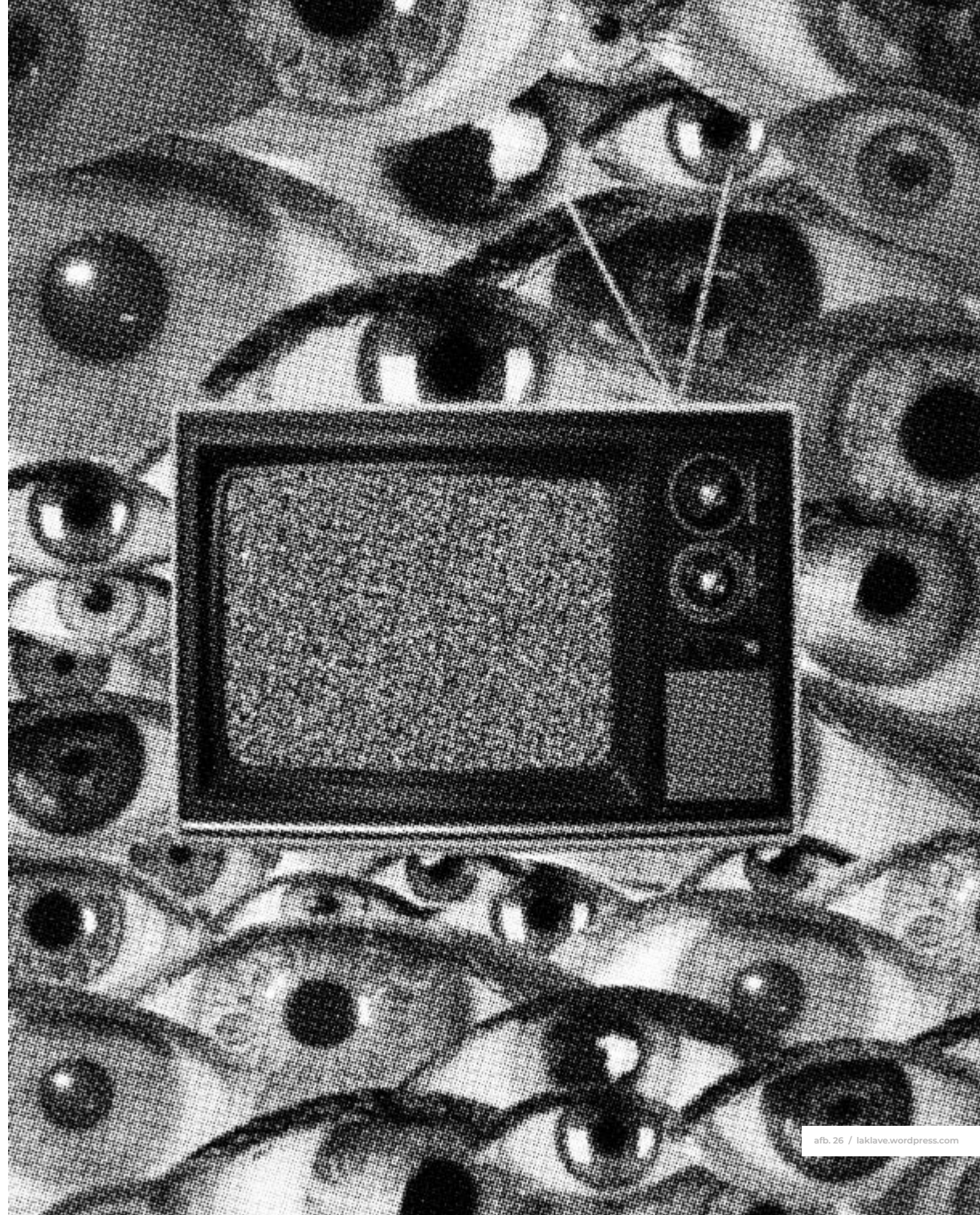
### 5.2.3 / reflectie

Door zelf onderzoek te hebben gedaan naar wat voor gevoel mensen krijgen bij het zien van bepaalde kleuren heb ik een beter inzicht gekregen in de kracht van kleur en wat het met je gevoel kan doen. Ik weet dan ook zeker dat kleur een belangrijk aspect is waar altijd goed over nagedacht dient te worden.

Een kunstenaar die perfect uit weet te beelden wat kleur met het gevoel kan doen is de abstract-expressionistische schilder Mark Rothko (1903-1970). In jaar 1 op de academie maakte ik kennis met deze schilder die bekend staat om de emotie in zijn abstracte schilderijen die bestaan uit één of enkele kleurvlakken. Toen ik voor het eerst kennis maakte met deze kunstenaar kon ik me niet voorstellen dat mensen geëmotioneerd konden raken bij het zien van zijn schilderijen. Ik zag niets meer dan abstracte doeken met een kleurtje. Tot ik het werk van Rothko in het echt zag; het overweldigende gevoel waarover ik had gelezen overkwam mij ook. Het is lastig te omschrijven wat het precies met je doet maar het is een heel bijzondere ervaring. Dit is bijzonder, omdat er buiten deze kleurvlakken om niks anders op de doeken te vinden is.

#### > Op welke wijze kan kleur bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?

Doordacht kleurgebruik kan er voor zorgen dat de toeschouwer bepaalde gevoelens voelt. Om deze reden zal kleur een grote toevoeging zijn voor het thema destigmatisering van psychische aandoeningen. Het kan emoties opwekken bij de toeschouwer.





## 5.3 / fotografie & iconen

Naast typografie- en kleurgebruik is beeldgebruik ook een belangrijk aspect binnen het vak grafisch ontwerpen.

Met typografie en kleur kan er al veel gedaan worden maar soms voegt een foto of illustratie nog meer toe aan het uiteindelijke beeld. In dit hoofdstuk onderzoek ik de kracht van fotografie en iconen met uiteindelijk doel ontdekken wat fotografie en iconen kunnen bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen.





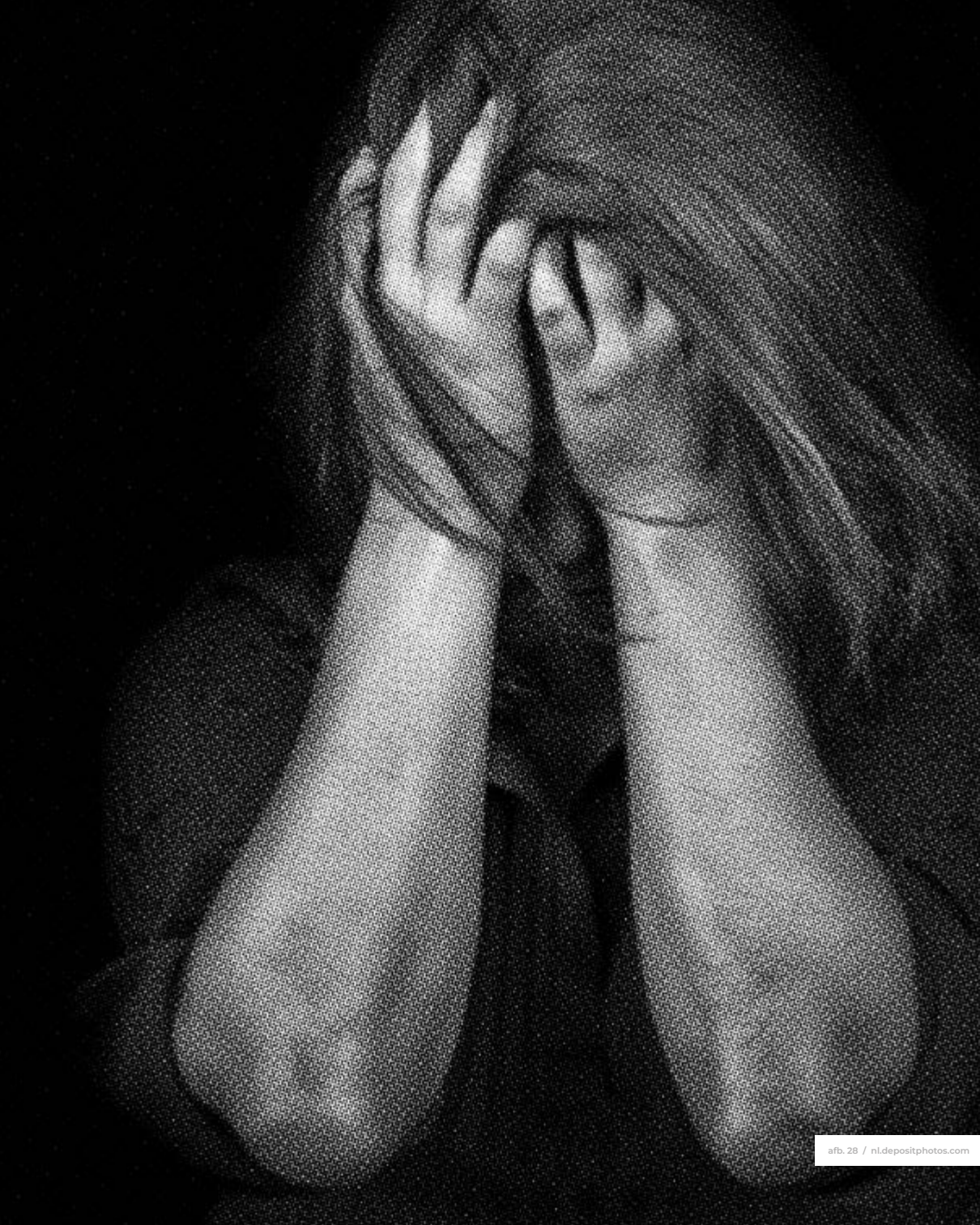
### 5.3.1 / fotografie

Veel grafisch ontwerpers houden er ook van om te fotograferen. Logisch, want het is ook een manier van beeld maken. In de reclamewereld is fotografie niet weg te denken. Affiches met fashion fotografie voor kledingmerken, politieke affiches bevatten vaak portretfotografie en voor de simpele 1+1 gratis reclames wordt productfotografie gebruikt. Fotografie is overal.

Naast een commercieel doeleind kan fotografie een enorme impact hebben. Musea hangen vol met fotografische beelden die emoties oproepen. Oorlogen, armoede en andere zware onderwerpen worden vastgelegd door fotografen. Foto's kunnen zo sterk zijn dat de toeschouwer even in het beeld wordt getrokken en het lijkt alsof hij er zelf is.

### 5.3.2 / reflectie

Op welke wijze kan fotografie bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen? In fotografie kan gevoel in een beeld worden vastgelegd. Zoals ik eerder zei kunnen fotografische beelden zo sterk zijn dat de toeschouwer even in het beeld wordt getrokken en het lijkt alsof hij er zelf is. Binnen destigmatisering zie ik een fotoreeks voor me die een dag laat zien vanuit de ogen van een persoon met een psychische aandoening. Als dit op een juiste manier kan worden vastgelegd denk ik dat dit een goed inzicht kan bieden in de belevingswereld van de persoon in kwestie en de ernst van zo'n aandoening. Ook dit is een andere manier van informatie verspreiden, het geeft een letterlijke indruk van hoe iemand de wereld beleeft.



### 5.3.3 / iconen

Grafische illustraties zijn vaak heldere en eenvoudige illustraties die op een slimme manier een verhaal vertellen. Dit gebeurt in de vorm van iconen, symbolen of simpele illustraties ter ondersteuning van een verhaal. Je ziet iconen overal: op verkeersborden, op je smartphone, in het openbaar vervoer en op producten. Zou het ook mogelijk zijn om een psychische stoornis uit te beelden in een icoon zonder direct te stigmatiseren?

Ik ben onderzoek gaan doen naar bestaande iconen over psychische stoornissen. Ik zoek eerst naar een ADHD-icoon op Google en ik duid al snel op een icoon waar een poppetje rustig zit en een poppetje wild staat te springen. Dit vind ik direct stigmatiserend: in dit icoon wordt verteld dat iemand met ADHD altijd druk is. Want, als je ADHD visualiseert door middel van een springend poppetje dan is dat kennelijk 'het' ding voor ADHD. Natuurlijk, iemand met ADHD is druk en dit is een groot aspect binnen deze stoornis maar het is niet het enige aspect van deze aandoening. Bij het opzoeken voor een icoon van autisme kom ik alleen maar puzzelstukjes tegen, hoofden gemaakt van puzzelstukjes of hoofden waar een puzzelstukje in zit. Wat betekent dit? Dat een persoon met autisme vaak puzzelstukjes mist? Delen mist, niet begrijpt?

*Grafische illustraties zijn vaak heldere en eenvoudige illustraties die op een slimme manier een verhaal vertellen. Dit gebeurt in de vorm van iconen, symbolen of simpele illustraties ter ondersteuning van een verhaal.*



afb. 29 / iconfinder.com



afb. 30 / flaticon.com



afb. 31 / flaticon.com

### 5.3.4 / reflectie

Op welke wijze kan een icoon bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen? Persoonlijk denk ik dat psychische stoornissen niet kunnen worden uitgebeeld door middel van een icoon of symbool. Ik denk dat wanneer dit gebeurt er al snel wordt gestigmatiseerd; dit is het tegenovergestelde van wat ik wil bereiken. Een psychische stoornis houdt zo veel meer in en is naar mijn mening niet in een icoon te omvatten.



6.0 conclusie

## 6.0 / conclusie

In dit onderzoek is gezocht naar de vraag: ‘Op welke wijze kan grafisch ontwerp bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?’. Om dit te onderzoeken stelde ik deelvragen op. In de verschillende hoofdstukken waar ik de deelvragen analyseer heb ik ook gereflecteerd op mijn deelvragen. Ik doe dit nogmaals in mijn conclusie om zo een duidelijk overzicht te krijgen van de uitkomsten van mijn onderzoek om vervolgens een antwoord te geven op mijn hoofdvraag.

### / stigmatisering

In het tweede hoofdstuk deed ik onderzoek naar stigmatisering met als doel antwoord te vinden op mijn eerste deelvraag: ‘Waarom is er sprake van stigmatisering van psychische aandoeningen?’. Na onderzoek naar de soorten stigma, de oorzaken en gevolgen van stigmatisering concludeerde ik dat het startpunt van stigmatiseren altijd te maken heeft met onvoldoende informatie. Daarnaast spelen de opvoeding en de media ook een grote rol maar ook hier wordt dit gedaan door onvoldoende informatie. Als antwoord op de deelvraag: ‘Waarom is er sprake van stigmatisering van psychische aandoeningen?’ kan ik concluderen dat dit altijd te maken heeft met onvoldoende kennis over psychische aandoeningen.

### / social design

In het derde hoofdstuk van dit onderzoek stond de deelvraag: ‘Op welke wijze kan ontwerp iets betekenen voor de gezondheidszorg?’ centraal. Om antwoord te vinden op deze deelvraag heb ik in dit hoofdstuk onderzoek gedaan naar social design. Na een uitgebreid onderzoek naar niet alleen het begrip social design maar ook naar projecten die al gedaan zijn door ontwerpers binnen de gezondheidszorg kan ik concluderen dat ontwerp een zeer waardevolle bijdrage

kan leveren in de gezondheidszorg. Een manier die goed lijkt te werken is het visualiseren van een belevingswereld/gevoel van iemand met een aandoening. Op deze manier kruipt de toeschouwer in de huid van een persoon met een psychische aandoening en wanneer dit goed gedaan wordt kan de toeschouwer ervaren hoe het is om een psychische aandoening te hebben. Door het zelf te ervaren kan zo'n aandoening veel beter begrepen worden. De toeschouwer ervaart namelijk iets wat niet in woorden uit te leggen valt. Deze manier van informatie vertellen is ook uiterst geschikt voor mijn thema.

### / de geschiedenis en denkers over gevoel (*in de kunst*)

Om de waarde van gevoel in de kunst te onderzoeken besloot ik in hoofdstuk vier de geschiedenis in te duiken. Het doel was om te achterhalen hoe de emotie in de kunst is ontstaan om dit vervolgens te reflecteren op het heden. Een kort en krachtig antwoord op de deelvraag: ‘Wat doet gevoel in de kunst?’ geven bleek onmogelijk. Ik was natuurlijk al op de hoogte dat kunst en gevoel samen een waardevol gegeven is maar dit onderzoek heeft me nog meer laten inzien hoe geschikt kunst is als medium om gevoel bij mensen op te roepen en te visualiseren.

*‘Ik kan concluderen dat ontwerp een zeer waardevolle bijdrage kan leveren in de gezondheidszorg.’*

### / de kracht van de verschillende aspecten van het vak grafisch ontwerpen

De laatste drie deelvragen vallen samen onder hoofdstuk vijf. In dit hoofdstuk worden de verschillende onderdelen die het vak kent onder de loep gelegd. Omdat uit eerder onderzoek naar social design (hoofdstuk drie) bleek dat het visualiseren van het gevoel van iemand met een psychische aandoening een effectieve manier is van informatie vertellen heeft dit hoofdstuk als uiteindelijk doel om er achter te komen wat de verschillende onderdelen van het vak grafisch ontwerp kunnen betekenen binnen het visualiseren van gevoel.

### / typografie

Het eerste onderdeel wat ik heb behandeld is typografie. Ik deed onderzoek naar de relatie tussen gevoel en typografie om antwoord te krijgen op de deelvraag: 'Op welke wijze kan typografie bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?'. Na uitgebreid onderzoek naar typografie kan ik vaststellen dat middels typografie ontzettend veel verteld kan worden. Dit bedoel ik niet alleen op letterlijke wijze maar juist ook op het gebied van visualiseren van onder andere een gevoel. Typografie kan door middel van doordacht gebruik een zeer waardevolle toevoeging zijn binnen het thema destigmatiseren van psychische aandoeningen omdat het niet alleen informatie kan vertellen maar ook bepaalde gevoelens kan visualiseren.

### / kleur

Het tweede onderdeel van dit hoofdstuk is kleur. In dit hoofdstuk ben ik een onderzoek gestart naar de relatie tussen gevoel en kleur om er zo achter te komen welke gevoelens mensen krijgen bij het zien van bepaalde kleuren. Het uiteindelijke doel van dit hoofdstuk was om antwoord te vinden op de deelvraag: 'Op welke wijze kan kleur bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?'. Door het opstarten van een eigen onderzoek heb ik een beter inzicht kunnen krijgen in de gevoelens die mensen krijgen bij het zien van kleuren. Dit is zeer bruikbaar om in te zetten voor mijn eindexamen. Kleur is een onmisbaar element als het gaat om een gevoel

opwekken bij de toeschouwer. Om deze reden zal kleur een grote toevoeging kunnen zijn voor het thema destigmatisering van psychische aandoeningen. Het kan emoties opwekken bij de toeschouwer.

*'Door het opstarten van een eigen onderzoek heb ik een beter inzicht kunnen krijgen in de gevoelens die mensen krijgen bij het zien van kleuren.'*

### / fotografie & iconen

Het derde en tevens laatste onderdeel van dit hoofdstuk gaat over beeldgebruik: fotografie en iconen. Ik begon met fotografie: 'Op welke wijze kan fotografie bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?'. Door middel van fotografie kunnen gevoelige situaties worden vastgelegd. De toeschouwer kan hierdoor soms als het ware in een foto verdwijnen omdat het lijkt alsof ze er zelf bij zijn. Binnen mijn thema denk ik dat fotografie er voor kan zorgen dat de toeschouwer zich kan verplaatsen in iemand met een psychische aandoening en hierdoor beter zou kunnen begrijpen wat deze persoon meemaakt. Op deze wijze denk ik dat fotografie een zeer waardevolle toevoeging kan zijn binnen het destigmatiseren van psychische aandoeningen.

Uit mijn onderzoek naar iconen van psychische aandoeningen bleek dat het uitbeelden van psychische aandoeningen door middel van een icoon het tegenovergestelde doet van destigmatiseren. Doordat een icoon op een eenvoudige manier iets moet uitbeelden wordt er bij het visualiseren van een psychische aandoening al snel gestigmatiseerd. Er wordt slechts een element uitgebeeld terwijl het veel meer is dan dat. Om deze reden ben ik van mening dat iconen geen positieve bijdrage kunnen leveren binnen het thema destigmatiseren van psychische aandoeningen.



/ hoofdvraag

*op welke wijze kan  
grafisch ontwerp  
bijdragen aan  
destigmatisering  
van psychische  
aandoeningen?*

## *Op welke wijze kan grafisch ontwerp bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?*

Het doel van dit onderzoek was om antwoord te vinden op de vraag: 'Op welke wijze kan grafisch ontwerp bijdragen aan destigmatisering van psychische aandoeningen?'. Dit onderzoek heeft me enorm veel inzicht gegeven in niet alleen de ernst van het probleem stigmatiseren maar ook in hoeveel een grafisch ontwerper kan betekenen om ook echt iets aan dit probleem te gaan doen.

### / eindexamenproject

Gezien ik afstudeer in de opleiding Graphic Design is het volgende en tevens laatste onderdeel van mijn afstudeerfase mijn eindexamenproject. In mijn eindexamenproject wil ik verder borduren op dit onderzoek en de bevindingen die ik heb opgedaan toepassen. Wat deze bevindingen zijn volgt later in deze conclusie, eerst wil ik namelijk het onderwerp van mijn eindexamenproject toelichten.

### / misofonie

Ik heb er voor gekozen om me bij mijn eindexamenproject te focussen op één aandoening. Deze aandoening is misofonie: een relatief nieuwe en onbekende aandoening die ik zelf ook heb. Mensen die lijden aan misofonie hebben dagelijks last van extreme emoties bij het horen/zien van specifieke geluiden/beelden.

Deze gevoelens zijn emoties van angst, verdriet en woede. Iemand met misofonie (ook wel misofoon genoemd) heeft dagelijks moordgedachtes in zijn/haar hoofd omdat iemand bijvoorbeeld een loopneus heeft, hoest of een zak chips eet. Deze emoties zijn zo intens dat het mensen stoort in hun dagelijks functioneren. In het ergste geval kan het leiden tot depressies, sociaal isolement en woede uitbarstingen.

Misofonie wordt vaak bestempeld als iets om aandacht mee te vragen, als grapje en/of als aanstellerij: het maakt de aandoening een stuk zwaarder omdat je niet serieus genomen wordt. Ik zou willen dat het aanstellerij was, dan stopte ik er direct mee. Dat er sprake is van een groot stigma rondom deze aandoening is wel duidelijk. Vanuit mijn eigen ervaring wil ik me inzetten om als grafisch ontwerper wat aan het stigma te doen rondom misofonie. Mijn doel is om misofonie op de kaart te zetten als serieuze aandoening en het stigma rondom deze aandoening uit de wereld te helpen. Dit wil ik doen door me te richten op de groep waar het probleem ontstaat: de stigmatiserende mens.

### / grote motivatie

Uit mijn onderzoek naar de waarde van grafisch ontwerp binnen het destigmatiseren van psychische aandoeningen is gebleken dat ik als grafisch ontwerper enorm veel kan betekenen binnen dit probleem. De reden waarom mensen stigmatiseren heeft altijd te maken met onvoldoende kennis. Men gaat stigmatiseren doordat ze te weinig informatie kennen over het onderwerp in kwestie, in dit geval psychische stoornissen. Als grafisch ontwerper ben je continu bezig met informatie verspreiden, dit maakt het behandelen van een onderwerp waar te weinig informatie over bekend is des te interessanter voor mij als grafisch ontwerper. Door deze bevinding uit mijn onderzoek ben ik nog gemotiveerder geraakt om me in te zetten voor destigmatisering van psychische aandoeningen.

### / het visualiseren van het ontzichtbare

Een andere interessante bevinding is dat het visualiseren van een psychische aandoening een effectieve manier van informatie vertellen blijkt te zijn. Door het visualiseren van een belevingswereld van iemand met een psychische aandoening is het mogelijk om de toeschouwer in het hoofd van iemand met een psychische aandoening te laten verplaatsen. Door de toeschouwer dit zelf te laten ervaren zal hij/zij meer begrip krijgen omdat er op deze manier echt gekeken kan worden hoe het is om een psychische aandoening te hebben. Dit vind ik een zeer interessante manier van informatie vertellen op een hoger niveau. Je kan als ontwerper op deze manier een toeschouwer iets laten zien wat normaal niet zichtbaar is. Dat blijkt heel waardevol.

In mijn eindexamenproject wil ik dan ook gaan experimenteren met dit gegeven. Ik ga onderzoeken of ik misofonie kan visualiseren. Om te onderzoeken wat hier de beste manier voor is ga ik experimenteren met alle kwaliteiten die ik als grafisch ontwerper bezit. Ik weet al dankzij mijn onderzoek dat typografie, kleur en beeld geschikte mediums zijn om een gevoel te visualiseren. Ik ben dan ook van plan om binnen deze mediums te experimenteren om zo te kijken hoe ik de extreme gevoelens waar een misofoon last van heeft kan visualiseren. Daarnaast ben ik benieuwd wat er gebeurt wanneer ik deze mediums met elkaar combineer. Kan ik dan op een nog duidelijkere manier een gevoel visualiseren?

### / samenwerken met verschillende disciplines

Ik ben me ook gaan realiseren hoe waardevol het is om samen te werken met niet alleen andere disciplines (in mijn geval behandelaars) maar ook met de mensen waarvoor je het uiteindelijk doet. Dit ga ik dan ook toepassen in mijn eindexamenproject. Ik ben namelijk niet de enige persoon met misofonie. Iedere misofoon heeft overeenkomsten maar er zijn ook verschillen zoals iedere psychische aandoening dat kent.



afb.32 / thisishappiness.com

### / kort samengevat

Dit onderzoek heeft op verschillende vlakken veel betekend voor de laatste stap in mijn afstudeerproces: het eindexamenproject. Hier ga ik me richten op één aandoening, namelijk misofonie. Het voornaamste doel wat ik wil bereiken met mijn project is misofonie op de markt zetten als serieuze aandoening. Ik ga, om dit te bereiken, samen werken met mensen met misofonie en hulpverleners. Daarnaast ga ik veel experimenteren met de verschillende aspecten van het vak grafisch ontwerp om te proberen een gevoel van een misofoon te visualiseren.



7.0 nawoord

## 7.0 / nawoord

Dit onderzoek is een belangrijk onderdeel van mijn afstudeerfase, en heeft me laten inzien hoe belangrijk het is om onderwerpen die normaliter niet direct door ontwerpers behandeld worden, juist wel te behandelen. Ik hoop dan ook dat ik met dit onderzoek heb kunnen laten inzien hoe belangrijk het is om onderwerpen waar een taboe op rust te bespreken.

### / waardevol

Voor ik aan mijn studie Graphic Design aan ArtEZ begon heb ik een mbo-opleiding afgerond: grafisch vormgeving. De keuze die ik heb gemaakt om door te studeren op ArtEZ is oprecht één van de meest waardevolle keuzes geweest die ik ooit heb gemaakt. Ik was nog lang niet klaar met studeren en voelde dat ik veel meer kon doen met mijn creativiteit. Dat is gebleken: deze studie heeft me doen inzien dat je als ontwerper echt iets kan betekenen voor de mens. Door goed onderzoek te combineren met denken in creatieve oplossingen kan een ontwerper verschil maken.

### / mijn toekomst als ontwerper

De aandoening misofonie is slechts één van de vele aandoeningen waar een stigma op rust. Ik voel me dan ook geroepen om me in de toekomst in te blijven zetten voor stigma's rondom psychische aandoeningen.

Ik hoop dat mensen die deze scriptie hebben gelezen ook beseffen dat stigmatisering een ernstig probleem is en wanneer ontwerpers/ontwerpstudenten dit onderzoek lezen zich ook willen gaan inzetten om wat te doen aan dit ernstige probleem.



*‘Door optimaal gebruik te maken van je kwaliteiten als ontwerper kan je veel bereiken. Want ook al is een probleem niet altijd zichtbaar, dat maakt ze zeker niet minder erg.’*

### / onzichtbare problematiek

Stigmatisering uit de wereld helpen is onmogelijk; er zullen realistisch gezien altijd mensen zijn die (helaas) blijven stigmatiseren. Wel ben ik van mening dat je als ontwerper veel aan dit probleem kan doen. Ik zal me hier in de toekomst hard voor blijven maken. Het onzichtbare zichtbaar maken is een waardevol iets wat een ontwerper kan realiseren. Door optimaal gebruik te maken van je kwaliteiten als ontwerper kan je veel bereiken. Want ook al is een probleem niet altijd zichtbaar, dat maakt ze zeker niet minder erg.

# 8.0

## literatuurlijst



## / bronnen hoofdstuk 1

Feiten en cijfers. (z.d.). Geraadpleegd op 28 oktober 2019, van <https://www.werkenmetips.nl/wat-is-ips/feiten-en-cijfers/>

## / bronnen hoofdstuk 2

De Goei, L., Plooy, A. D., & Van Weeghel, J. (2006). *Ben ik goed in beeld?: Handreiking voor de bestrijding van stigma en discriminatie wegens een psychische handicap*. Geraadpleegd van <https://www.trimbos.nl/docs/8b3eb008-87ff-4078-9bbc-2aac-fe4b82df.pdf>

Samen Sterk Zonder Stigma. (z.d.). *Wat is stigma?*. Geraadpleegd op 9 november 2019, van <https://www.samensterkzonderstigma.nl/zonder-stigma/wat-is-stigma/>

Plusminus. (z.d.). *(Zelf)stigma*. Geraadpleegd op 20 januari 2020, van <https://plusminus.nl/zelfstigma/>

Van Eekert, P. (2017 januari). *Het stigma is erger dan de psychische aandoening*. Sprank, 2017(1). Geraadpleegd van [https://www.divosa.nl/sites/default/files/sprank\\_bestanden/sprank-012017-het-stigma-is-erger-dan-de-psychische-aandoening.pdf](https://www.divosa.nl/sites/default/files/sprank_bestanden/sprank-012017-het-stigma-is-erger-dan-de-psychische-aandoening.pdf)

Samen Sterk Zonder Stigma. (z.d.). *Over stigma*. Geraadpleegd op 29 oktober 2019, van <https://www.samensterkzonderstigma.nl/wat-is-stigma/kennis/over-stigma/>

Samen Sterk Zonder Stigma. (z.d.). *Invloed van stigma*. Geraadpleegd op 29 oktober 2019, van <https://www.samensterkzonderstigma.nl/wat-is-stigma/kennis/invloed-stigma/>

Samen Sterk Zonder Stigma. (2018, 19 juni). *In de media*. Geraadpleegd op 30 oktober 2019, van <https://www.samensterkzonderstigma.nl/stigma-in-de-media/in-de-media/>

SAGE Journals: *Your gateway to world-class research journals*. (z.d.). Geraadpleegd op 2 februari 2020, van <https://journals.sagepub.com/action/cookieAbsent?journalCode=ispa>

van Weeghel, J., & Plooy, A. (2006). *Discriminatie-ervaringen van mensen met de diagnose schizofrenie*. Geraadpleegd van <http://docplayer.nl/60875634-Discriminatie-ervaringen-van-mensen-met-de-diagnose-schizofrenie.html>

Nordt, C., Rossler, W., & Lauber, C. (2005). *Attitudes of Mental Health Professionals Toward People With Schizophrenia and Major Depression*. *Schizophrenia Bulletin*, 32(4), 709-714. <https://doi.org/10.1093/schbul/sbj065>

Schulze, B. (2007). *Stigma and mental health professionals: A review of the evidence on an intricate relationship*. *International Review of Psychiatry*, 19(2), 137-155. <https://doi.org/10.1080/09540260701278929>

Samen Sterk Zonder Stigma. (2018, 29 november). *Oorzaken stigma in de ggz*. Geraadpleegd op 22 december 2019, van <https://www.samensterkzonderstigma.nl/stigma-en-de-ggz/stigma-in-hulpverlening/oorzaken-stigma-ggz/>

Samen Sterk Zonder Stigma. (2019, 9 juli). *Invloed van stigma*. Geraadpleegd op 3 januari 2020, van <https://www.samensterkzonderstigma.nl/wat-is-stigma/kennis/invloed-stigma/>

*Negatieve gevolgen van stigmatisering*. (z.d.). Geraadpleegd op 1 februari 2020, van <https://www.pastoralezorg.be/page/uitgelicht-stigmatisering-negatieve-gevolgen/>

GGZ Standaarden. (z.d.). *Samenvattingskaart Destigmatisering*. Geraadpleegd op 2 januari 2020, van <https://www.ggzstandaarden.nl/generieke-modules/destigmatisering/samenvatting-en-tools>

Samen Sterk Zonder Stigma. (z.d.-c). *Psychische diversiteit werkt*. Geraadpleegd op 14 december 2020, van <https://www.samensterkzonderstigma.nl/stigma-en-werk/op-het-werk/>

---

## / bronnen hoofdstuk 3

Wikipedia contributors. (z.d.). *Social design*. Geraadpleegd op 25 januari 2020, van [https://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_design](https://en.wikipedia.org/wiki/Social_design)

*Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*: Amazon.co.uk: Victor Papanek: 9780500273586: Books. (z.d.). Geraadpleegd op 29 januari 2020, van <https://www.amazon.co.uk/Design-Real-World-Ecology-Social/dp/0500273588>

Papanek, V. J. (1985). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (2nd Rev). Londen, Verenigd Koninkrijk: Thames & Hudson.

van der Zwaag, A. (2014). *Looks good feels good is good* (1ste editie). Eindhoven: Uitgeverij Lecturis B.V.

Maartje Nevejan. (z.d.). Geraadpleegd op 16 oktober 2019, van <https://www.filmfestival.nl/persoon/maartje-nevejan/>

*Over dit project – If you are not there, where are you?* (z.d.). Geraadpleegd op 16 oktober 2019, van <https://areyouthere.nl/over-het-project/>

NOS. (2018). *Depressie Onder Jongeren*. Geraadpleegd op 21 december 2019, van <https://app.nos.nl/depressie/index.html>

Sire. (z.d.). 2013 - *Doorbreken van taboe op psychisch ziek*. Geraadpleegd op 15 januari 2020, van <https://sire.nl/campagnes/doorbreken-van-taboe-op-psychisch-ziek/>

---

## / bronnen hoofdstuk 4

Human. (2011, 20 oktober). *Kant - Durf te Denken* [Video]. Geraadpleegd op 18 januari 2020, van <https://www.youtube.com/watch?v=0or7SB3gRLY&feature=youtu.be>

*Verlichting en romantiek*. (2014, 5 juni). Geraadpleegd op 27 december 2019, van <https://www.bronso.nl/blog/geschiedenis/verlichting-en-romantiek>

Filosofie.nl. (z.d.). *Jean-Jacques Rousseau*. Geraadpleegd op 30 januari 2019, van <https://www.filosofie.nl/jean-jacques-rousseau/index.html>

Filosofie.nl. (z.d.-a). *Immanuel Kant*. Geraadpleegd op 30 januari 2020, van <https://www.filosofie.nl/kant/index.html>

Humanistisch Verbond. (z.d.). *Jean-Jacques Rousseau, Bekenntnissen*. Geraadpleegd op 30 januari 2020, van <https://humanistischecanon.nl/venster/rede-of-emotie/jean-jacques-rousseau-bekentnissen/>

*Verlichting en romantiek*. (z.d.). Geraadpleegd op 30 januari 2020, van <https://www.bronso.nl/blog/geschiedenis/verlichting-en-romantiek>

*Romantiek (stroming)*. (z.d.). Geraadpleegd op 30 januari 2020, van [https://nl.wikipedia.org/wiki/Romantiek\\_\(stroming\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Romantiek_(stroming))

Hacking, J. W. (2006). *God in het landschap zoektocht naar een horizon: een semiotische analyse van het landschapsschilderij als religieuze heterotopie*.

Geraadpleegd van [https://www.academia.edu/34207531/God\\_in\\_het\\_landschap](https://www.academia.edu/34207531/God_in_het_landschap)

Filosofie.nl. (z.d.-c). *Jean-Paul Sartre: 'Mensen die doen alsof ze geen keuze hebben zijn schoften'*. Geraadpleegd op 5 februari 2020, van <https://www.filosofie.nl/artikel/26479/jean-paul-sartre-mensen-die-doen-alsof-ze-geen-keuze-hebben-zijn-schoften.html>

---

## / bronnen hoofdstuk 5

Jones, B. (2017, 9 oktober). *Here's how the Google logo has changed over the last 20 years*. Geraadpleegd op 6 februari 2020, van <https://www.digitaltrends.com/web/history-of-the-google-logo/>

Beeke, A., Huygen, F., May, A., Witman, B., Saiid, O., & Smale, J. (2018). *Dutch Posters, 1997-2017* (1ste editie). Amsterdam: Saiid & Smale.

Van Borstelen, H. (2013, 10 oktober). *WHL*. Geraadpleegd op 4 februari 2020, van <https://www.hermanvanbostelen.nl/?p=291>

Dept. (2019, 13 november). *Alzheimer Nederland: een nieuwe identiteit voor meer awareness*. Geraadpleegd op 4 februari 2020, van <https://www.deptagency.com/nl-nl/case/alzheimer-nederland/>

## / afbeeldingen

Berry, S. (z.d.). *Cola Life* [Foto]. Geraadpleegd van <https://mappingdesignww.files.wordpress.com/2013/09/02-simon-berry-colalife.jpg>

Berry, S. (2008). *Coca-Cola Research* [Foto]. Geraadpleegd van [https://beamends.typepad.com/simons\\_blog/cocacola\\_research/](https://beamends.typepad.com/simons_blog/cocacola_research/)

Cunningham, M. (z.d.). *The Red Doyenne Pear* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.collateral.nl/en/collage-matt-cunningham/>

Depositphotos. (z.d.). *Jonge vrouw huilend* [Foto]. Geraadpleegd van <https://nl.depositphotos.com/stock-photos/geweld.html?qview=41392399>

Digital Synopsis. (z.d.). *Ads Vs Reality - How They Make Food, Hotels And Models Look Gorgeous* [Foto]. Geraadpleegd van <https://digitalsynopsis.com/advertising/reality-vs-advertising-deceptive-food-hotels-models/>

Flaticon. (z.d.). *Autism* [Illustratie]. Geraadpleegd van <https://www.flaticon.com/search?word=autism>

Frammentiarte. (z.d.). *Caspar David Friedrich: Viandante sul mare di nebbia* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.frammentiarte.it/2016/12-viandante-sul-mare-di-nebbia/>

Google. (z.d.-a). *Google logo (1997)* [Logo]. Geraadpleegd van <https://brandingreference.com/history/google-1997-logo.png>

Google. (z.d.-b). *Google logo (1999)* [Logo]. Geraadpleegd van <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/51/Google.png>



Google. (z.d.-c). *Logo Google (2020)* [Logo]. Geraadpleegd van [https://www.google.nl/images/branding/googlelogo/2x/googlelogo\\_color\\_272x92dp.png](https://www.google.nl/images/branding/googlelogo/2x/googlelogo_color_272x92dp.png)

Graziano, N. (z.d.). *Silence* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.colageneparis.com/illustration/nazario-graziano/id-5680>

Guevorg. (z.d.). *La surpopulation* [Foto]. Geraadpleegd van <http://www.guevorg.com/p/sculptures.html?m=1>

Hymmen, A. (z.d.). *Anne van der Zwaag* [Foto]. Geraadpleegd van <https://annekehymmen.nl/>

Iconfinder. (z.d.). *Adhd, attention, autism, child, children, deficit, hyperactive icon* [Illustratie]. Geraadpleegd van [https://www.iconfinder.com/icons/2957569/adhd\\_attention\\_autism\\_child\\_children\\_deficit\\_hyperactive\\_icon/](https://www.iconfinder.com/icons/2957569/adhd_attention_autism_child_children_deficit_hyperactive_icon/)

Loli, E. (z.d.). *In Season* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.eugenialoli.tictail.com>

McCurry, S. (z.d.). *Afghan Girl* [Foto]. Geraadpleegd van <https://edition.cnn.com/style/article/steve-mccurry-afghan-girl-photo/index.html>

Melse, M. (2019). *Pedagogen: Jean-Jacques Rousseau* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.nd.nl/nieuws/nederland/522246/pedagogen-jean-jacques-rousseau>

NRC. (2015). *Maartje Nevejan* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.nrc.nl/nieuws/2015/03/28/de-smaak-van-maartje-nevejan-1479394-a1133421>

Qandisha, A. (z.d.). *Oog in oog met Sartre* [Foto]. Geraadpleegd van <http://aichaqandisha.nl/oog-in-oog-met-sartre/>

¿Quién dirige el mundo? (2014). [Foto]. Geraadpleegd van <https://laklave.wordpress.com/2014/05/16/quien-dirige-el-mundo/>

Rossi, A. (z.d.). *Mona Lisa Surrealista* [Foto]. Geraadpleegd van <https://i.pinimg.com/originals/07/9e/e6/079ee6a576e98f2d3162a82e5252c589.jpg>

RuimBegrip.nl. (2016). *Immanuel Kant: Ruimte en Tijd* [Foto]. Geraadpleegd van <http://www.ruimbegrip.nl/immanuel-kant-ruimte-en-tijd/>

SIRE. (2013). *Doorbreken van taboe op psychisch ziek zijn* [Affiche]. Geraadpleegd van <https://sire.nl/campagnes/doorbreken-van-taboe-op-psychisch-ziek/>

Studio Dumbar. (z.d.). *Een nieuwe identiteit voor meer awareness* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.deptagency.com/nl-nl/case/alzheimer-nederland/>

*This isn't happiness.* (z.d.). Collage [Foto]. Geraadpleegd van <https://thisisnthappiness.com/post/127645332539/all-torn-up-waldemar-strempler-because>

Thomas, P. (z.d.). *Patrick Thomas* [Foto]. Geraadpleegd van <https://www.itsnicethat.com/articles/patrick-thomas-160217>

Timmers, N. (z.d.). *Plastic Fantastic* [Foto]. Geraadpleegd van <http://www.niermala-timmers.com/portfolio/plastic-fantastic/>

Van Borstelen, H. (2002). *Afscheidssymposium Willem Henri Lucas* [Poster]. Geraadpleegd van <https://www.hermanvanbostelen.nl/?p=291>

Van der Zwaag, A. (z.d.). *Looks good feels good is good* [Foto]. Geraadpleegd van <https://s.s-bol.com/imgbase0/imagebase3/large/FC/5/5/1/0/9200000030730155.jpg>

**/ colofon**

Eindexamenscriptie Graphic Design  
ArtEZ Hogeschool voor de Kunsten  
Zwolle, maart 2020

**/ inhoudelijke begeleiding**

Jacqueline Cové

**/ ontwerp begeleiding**

Gijsbert Dijker

**/ ontwerp**

Sophie Charlotte Ceelen  
sophiecharlotte.nl

