

# PositiviTIJD

SCRIPTIE

LYSANNA DAMSTRA

SCRIPTIE

14 Juni 2021

AUTEUR L. Damstra

STUDENTNUMMER 1530608

OPLEIDING Graphic Design

ONDERWIJSINSTELLING Artez Hogeschool van de Kunsten

BEGELEIDER Aldwin Kroeze

## PositiviTIJD

---

*“However, because the train is still rushing forward, people all around you are still talking of acceleration—the increasing pace of change—although in reality the train is no longer going ever faster. Something has changed. Out of the window the landscape is going by less quickly; everything is slowing down. An era is ending.”*

**Dorling, D.** (2020). *Slow down*. (pp. 1-16).  
Yale university press / New haven & London.

# INLEIDING

Mijn hele leven heb ik het gevoel gehad dat ik moest rennen. Rennen door het leven. Leren praten, schrijven, werken. Alles had haast. Ik was het er nooit mee eens, maar toch deed ik mee met het rennen. Je moet wel, als je achterblijft ben je een mislukkeling.

Om je een indicatie te geven hoe snel we vooruit bewegen en hoe verschrikkelijk kort de mens pas bestaat geef ik je dit voorbeeld van Rutger Bregman uit zijn boek *De meeste mensen deugen*;

*Stel dat de geschiedenis van het leven op aarde slechts een kalenderjaar besloeg in plaats van 4.000 miljoen jaar. Dan hadden de bacteriën tot halverwege de maand oktober het rijk alleen gehad. Pas in november ontstond het leven zoals wij kennen, met pootjes, botten, takken en blaadjes. En de mens? Die verscheen op 31 december rond 11 uur 's avonds. Toen hebben we eerst nog een uurtje als jagers en verzamelaars rondgetrokken, om op het laatste moment, rond 23:58 uur, de landbouw uit te vinden. In de zestig seconden voor middernacht voltrok zich alles wat we 'geschiedenis' noemen, met piramides en kastelen, ridders en jonkvrouwen, stoommachines en vliegtuigen.*

En dan moet je voorstellen dat in die laatste milliseconde voor middernacht we al een plan B hebben bedacht om op mars te wonen, omdat we in die laatste minuut de aardse grondstoffen vrijwel op hebben gemaakt.

De positieve economische groei zijn we voorbij en om vooruit te blijven gaan moeten we een omslag maken in een aantal onderwerpen. Meer doorzetten in het duurzame leven, de welvaart eerlijker verdelen en op een holistische manier naar de samenleving kijken, want alles is met elkaar verbonden.

De vraag waar ik een antwoord op wil zoeken is, hoe ik als grafisch ontwerper een bijdrage kan leveren in het behouden en besturen van positieve verandering. Waarom is vertraging in de economische groei positief? En hoe kunnen we weer in balans leven met de aarde?

Onderzoeksvraag: **“Wat is mijn rol als grafisch ontwerper in het behouden en besturen van positieve verandering?”**

Ik heb Milieu, Overconsumptie, Information overload en positiviteit als subkoppen. Deze onderwerpen zijn de pilaren waarop mijn scriptie geschreven zal worden. Ik ben er achter gekomen dat er in deze drie onderwerpen aanpassingen gemaakt kunnen worden door mij als grafisch ontwerper. Om zo een economisch en maatschappelijk balans te creëren.

# MILIEU

Toen in maart 2020 het virus covid-19 ook in Nederland zijn weg vond, werden we gedwongen tot stilstand. Veel Nederlanders ontdekten een andere kant van leven. Tijd voor een wandeling, tijd voor je kinderen en/of huisdieren, misschien wel een meditatie. Snelwegen leken wel verlaten en niemand had door dat de maximumsnelheid was aangepast van 130 km/h naar 100 km/h, want waar moest je heen? Niks was open, alles was vanuit huis.

En het wonderbaarlijke is, een realisatie die ik tijdens het wandelen kreeg, wij kunnen niet zonder de natuur, maar de natuur kan makkelijk zonder ons. Beter zelfs. De mensheid die tot stilstand is gekomen, heeft de natuur opnieuw doen ervaren. De wateren in Venetië worden weer helder, de lucht in grote steden zoals Beijing wordt schoner en dieren komen weer terug op plekken waar ze eerst van verdreven waren. Zelf bleken we ook aardig flexibel ingesteld te zijn, wat eerst onmogelijk leek is plotseling toch mogelijk. Denk aan de gigantische nood budgetten die vanuit de Europese Unie beschikbaar kwamen. Of de voorstelling van ongelimiteerde economische groei die plotseling op de helling is komen te staan.

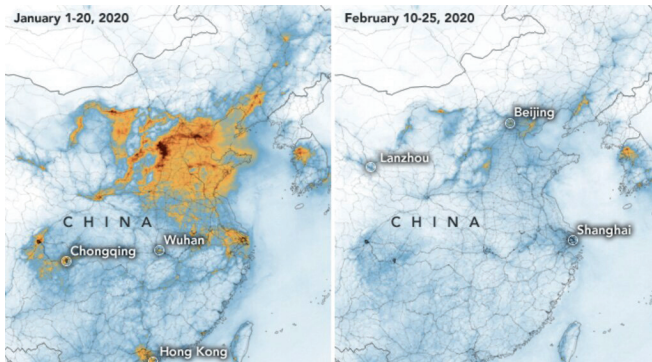
(AD, 2020)

(RTL nieuws, 2020)

(Main, 2020)

Voordat ik verder ga wil ik duidelijk beamen dat de covid-19 pandemie een verschrikkelijk virus is, en ik sta stil bij de mensen die eraan zijn overleden.

Echter, ben ik van mening dat dit virus een ware 'eye-opener' is. Door deze pandemie kunnen we eindelijk even stoppen met rennen en om ons heen kijken. Stilstaan bij wat we al behaald hebben en daar wellicht rust in vinden. Er is nu tijd om te kijken wat de beste volgende stap is. Voor mij zal dat zijn om meer te focussen op het milieu en duurzaamheid. Meer tijd vrij maken voor mezelf en de omgeving waar ik in leef. Er is hoop voor een nieuwe wereld en een stukje meer waardering voor die waar we in leefden voor de pandemie.



Satelliet beelden NASA. Opgehaald van RTL nieuws: <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/buitenland/artikel/5040226/industrie-schone-lucht-china-coronavirus-stikstofdioxide>



# OVERCONSUMPTIE

Een verandering die bijvoorbeeld is meegebracht door de pandemie is een bepaalde bewustwording. De bewustwording dat het normaal wat we collectief hebben bedacht, misschien niet de beste is. Het is ook het normaal wat ons in deze pandemie heeft gebracht. De corona crisis plaatst opnieuw vraagtekens bij onze globale economische groei, onze omgang met dieren, de bio-industrie en het massatoerisme. We spreken al over een 'nieuw normaal', en ik hoop dat dit een begin is van verdere verandering en verademing.

(Verhaeghe, 2020)

In het boek *Houd afstand, Raak me aan* van Paul Verhaeghe wordt genoemd; "Obesitas is dé ziekte van een maatschappij die altijd maar méér wil."

*Onze economie is de periode van gezonde groei al een tijdje voorbij, maar weigert de overstap te maken naar duurzaamheid. We hebben onszelf vastgeketend en verslaafd gemaakt aan groei, met als gevolg dat bedrijven steeds meer moeten produceren en wij steeds meer moeten consumeren. "We zitten vast in een dodelijke spiraal: om te kunnen groeien, hebben we geld geleend. Om de leningen te kunnen betalen, moeten we nog meer groeien. Wat er vooral groeit is de schuldenberg."*

Het is toch gek dat we heel hard werken voor nietszeggende objecten die ons huis gezellig maken, terwijl we er nooit zitten en langzaam de leefomgeving buiten die vier muren kapot maken. Ik ben er ook schuldig aan, op mijn telefoon en op straat wordt ik constant gemotiveerd om spullen te kopen die ik eigenlijk helemaal niet nodig heb, maar ik ben er op dat moment van overtuigd dat ik het wel moet hebben. Ik wil hier graag van afstappen, de overconsumptie voelt ongezond. Het is voor even leuk, maar daarna wordt het vergeten en snap ik niet waar mijn geld aan opgaat.

Tot nu toe heb ik al een paar onderwerpen genoemd zoals het milieu en overconsumptie. Dat daarin wat veranderd moet worden is al wel langer bekend, maar de pandemie heeft er wel mee te maken gehad dat we een stukje vooruit zijn gegaan. We geven toe dat het ook anders kan. Je hoort van verschillende bronnen dat we anders beginnen te denken en realiseren ons dat de maatschappij waar we in leefden flexibel en aanpasbaar blijkt te zijn. Aanpasbaar op een beter leven voor mens en milieu.

# INFORMATION OVERLOAD

(Encyclo)

Nog een obstakel wat boven komt drijven door het snelle groeien van de samenleving is de *Information Overload*, ook wel data overvloed genoemd. Tegenwoordig kunnen we alles opzoeken en hebben we ook sterk de drang om alles te moeten weten. Dit wordt infobesitas genoemd. Een van de nadelige effecten hiervan is dat je door de algoritmes van de informatiestroom in een media bubbel terecht kan komen, dit kan een vals perspectief van de werkelijkheid weergeven. En daardoor kan je simpelweg door de bomen het bos niet meer zien.

Verder is het ook een verslaving geworden, om telkens bereikbaar te willen zijn. Overal bij aanwezig te willen zijn of aan mee te doen. Kleine flarden van informatie laten je verblinden om het grote plaatje te vergeten. Het is zo makkelijk om te vergeten wat we al hebben bereikt in de afgelopen honderd jaar door de bubbel die we maken voor onszelf. De bubbel van je interesses en waar je in gelooft kan een vervormd beeld laten zien van de werkelijkheid.

De drang naar het moeten weten en niks willen missen wordt steeds groter. Je kan geen show missen of een nieuwsartikel niet lezen. Dan loop je achter in een wereld waar aandacht van je wordt gevraagd. Aandacht voor een opstand, een beweging en op welke partij je moet stemmen.

Geen wonder dat steeds meer jongeren het nieuws volgen op bijvoorbeeld Reddit of Zondag met Lubach. Het verlicht de grote stroom van gebeurtenissen, door het te relativeren met humor en meme's.

Het gevoel om ervan weg te rennen wordt voor mij met de dag groter. Ik denk namelijk dat er een grote last van mijn schouders zou vallen als ik het nieuws alleen hoef te volgen via een plaatselijke krant en bereikbaar ben op een aantal momenten van de dag met een oude Nokia telefoon. Dan is er zomaar de gelegenheid voor rust en tijd voor jezelf en het moment *'an sich'*.

# POSITIVITEIT

Iemand heeft mij ooit verteld om bij elk negatieve voorval te kijken naar een positieve ontwikkeling. Ook al is het maar iets kleins, het relateert het obstakel en voor mij heeft het er ook voor gezorgd dat ik er beter mee om kan gaan.

Nu merkte ik dat tijdens de pandemie ik erg in tegenstrijd was met mezelf. Aan de ene kant zocht ik naar de positieve uitkomsten en aan de andere kant sloot ik mij steeds meer op in de negatieve spiraal die naar boven kwam. De positieve uitkomsten werden steeds lastiger om aan vast te houden, omdat in de media en op straat niet veel positiviteit meer werd gedeeld. We hebben het alleen maar over het obstakel van het virus, hoeveel mensen besmet zijn en de groeiende eenzaamheid van jongeren en ouderen. Het woord positief heeft zelfs een negatieve lading gekregen. We zeggen namelijk dat we positief getest zijn voor corona, in plaats van besmet of ziek. Waarom doen we dat eigenlijk, vooral het slechte nieuws verspreiden?

Die negatieve spiraal waar we ons in bevinden is niet alleen in verbinding met de huidige pandemie, naar mijn idee is het al langer aanwezig. En om uit die spiraal te stappen moeten we meer luisteren naar de stille dromer in ons.

We zijn het kind, het speelse onbezorgde positieve en nieuwsgierige kind, in ons kwijtgeraakt door de snelle pas van leven en werken, maar dat betekent niet dat het weg is. Ik denk zelfs dat dit verborgen karakter ons juist zou kunnen helpen. Misschien moet ik het geen kind noemen maar de creatieveling. Die creatieveling in ons hebben veel mensen teruggevonden in de coronacrisis toen creativiteit ervoor zorgde dat we veilig door konden bewegen binnen de maatregelen. En dat inspireert mij.

*“Iedereen is een kunstenaar, maar alleen de kunstenaar weet het”*

Bismuth P. (2020). Kunst en Crisis 1-7.

In de groeiende maatschappij is ook een groei in de individualisering te vinden, dit zorgt ervoor dat we contact verliezen met elkaar. En dat is zonde, want ik denk dat juist onze samenwerking ervoor zal zorgen dat we meerdere wereldproblemen kunnen bestrijden. En dat begint al bij de communicatie naar elkaar toe.

Ik denk dat ik met mijn onderwerp ook voornamelijk doel op de bewustwording en de kracht van communicatie in het ontwerpen, in plaats van de positiviteit van een situatie. Het gaat om met een andere blik naar de werkelijkheid te kijken.

(Burobraak, 2021)

Burobraak, mijn meest recente stageplek, heeft mij geïnspireerd in het ontwerpen vanuit een positief sociaal oogpunt.

Burobraak is een sociaal activistische ontwerp studio in Amsterdam oud-oost. Ze focussen zich op het ontwerpen van visuele identiteiten, websites, campagnes en tentoonstellingen. Het is een studio dat zich inzet voor positieve sociale verandering, het confronteren van sociale problemen en het verbinden van mensen onderling. Het is een studio dat mij inspireert en motiveert om hetzelfde te doen.

# OUTRO

De visie en de rol van een grafisch ontwerper is veranderd in de laatste jaren. Waar eerst esthetiek en functionaliteit op de eerste plaats stonden bij ontwerpen is er nu duurzaamheid bij gekomen. De functie van een ontwerper is doorgegroeid naar een bepaalde drive en verantwoordelijkheid die we voelen om met ons vakgebied een invloed uit te oefenen op de wereld problemen.

Op de academie van de hogeschool van de kunsten ArtEZ is dit doorgevoerd onder de naam *'Human Matters'*.

Ik denk dat de kunstenaar altijd is ingesteld op een andere werkelijkheid. Onderwerpen benaderen met de vraag "wat als". De onzekerheid die de pandemie met zich meebracht is een probleemstelling voor de kunstenaar om op in te spelen en zich af te vragen "wat nu". En die vraag heb ik mij ook gesteld. Ik heb gemerkt dat ik heel erg naar mezelf ben gaan kijken sinds de quarantaine regeling. Wat wil ik als we straks na de pandemie weer een maatschappij moeten opbouwen?

Het normaal van 2019 ligt nu zover in het verleden dat terug gaan naar hoe het was ongewoon aanvoelt. Ik kan me niet voorstellen dat ik in een drukke supermarkt zonder mondkapje moet gaan lopen, of moet



uitgaan in een club waar je zo dicht op elkaar staat dat je een vreemde zijn adem verplicht bent om te ruiken. Gek genoeg, snap ik niet hoe we zo lang zó onhygiënisch hebben kunnen leven.

Wat ik wel zeker weet is dat als we weer kunnen leven in een wereld zonder pandemie, dat het een wereld moet zijn die niet alleen leefbaar is voor de mensheid, maar ook voor de natuur en de dieren. Dat er meer balans komt in hoe we omgaan met elkaar. Denk aan de mogelijkheid om vaker thuis te werken, met de trein de grens over of juist in eigen land op vakantie. Een wereld waarin we meer in contact komen met onze eigen omgeving, lokale winkels, onze burens, de natuur rondom ons huis en in de straat.

(Degrowth) Er is een ware ‘*de-growth*’ nodig die ervoor kan zorgen dat we niet weer in zo’n ernstige situatie komen zoals de afgelopen pandemie. Degrowth betekent het transformeren van samenlevingen om ecologische rechtvaardigheid en een goed leven voor iedereen binnen planetaire grenzen te waarborgen. ‘*De-growth*’ is een begrip die ik in het intermezzo hierna zal uitleggen. Aangezien dit begrip in de hoofdstukken en in mijn onderzoeksvraag een leidende factor heeft wordt het beschreven in de vorm van een intermezzo in plaats van een hoofdstuk.

INTERMEZZO

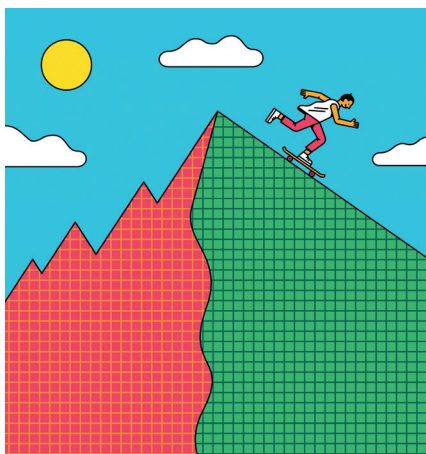
DE-GROWTH

(Cassidy, 2020)

Zoals in de inleiding ook al benoemd wordt is groeien in de maatschappelijke economische ladder niet altijd meer positief. In een artikel van de New Yorker wordt uitgelegd waarom de groei juist onze toekomst in gevaar brengt en kapot maakt.

In het artikel wordt gesproken over de Engelse econoom John Maynard Keynes, die in 1930 een futurologisch essay genaamd *Economic Possibilities for Our Grandchildren* heeft geschreven. In dit essay speculeert hij dat tegen het jaar 2030 kapitaalinvesteringen en technologische vooruitgang de levensstandaard acht keer zo hoog zullen hebben gemaakt, waardoor een samenleving zal ontstaan die zo rijk is dat de bevolking slechts vijftien uur per week zullen werken en de rest van hun tijd gaan besteden aan andere niet-economische doeleinden. Ook benoemd Keynes in zijn essay dat tegen die tijd we de waarde voor geld zien zoals het daadwerkelijk is; “een enigszins weezinwekkende morbiditeit”.

Klinkt wel goed toch?



Illustratie van Till Lauer. Opgehaald van The New Yorker: <https://www.newyorker.com/magazine/2020/02/10/can-we-have-prosperity-without-growth>

Echter, heeft de transformatie nog niet plaatsgevonden. Het Bruto binnenlands product per persoon groeit wel, maar het creëren en consumeren van steeds meer spullen houdt het zonet genoemde “utopie” achtige wereld tegen van bestaan.

Verder blijven de meeste economische beleidsmakers ook streven naar een zo hoog mogelijke economische groei.

Desondanks is er nu een groeiende tegenbeweging met de vraag of het wel wijs is en haalbaar om steeds meer te willen creëren en consumeren van spullen. Het zorgt onder andere voor een toenemende ongerustheid over de klimaatverandering. Deze groeiende tegenbeweging staat bekend onder de naam ‘*degrowth movement*’.

De term ‘*décroissance*’ (degrowth in het Frans) is als eerste benoemd door de Franse sociale filosoof André Gorz in het jaar 1972. Gorz vroeg zich toen al af of het balans van de aarde, waarbij geen groei van materiële productie een belangrijke voorwaarde is, samen gaat met het al maar groeiende kapitalistische systeem.

(Research and Degrowth, 2021)

In 2007 richtte François Schneider samen met Denis Bayon en Fabrice Flipo de academische organisatie Research and Degrowth op. De eerste internationale degrowth conferentie voor ecologische duurzaamheid en sociale rechtvaardigheid vond plaats in Parijs in 2008. Sinds de conferentie in Parijs in 2008 zijn er jaarlijks door heel Europa heen nog meer conferenties gehouden en daardoor is de gemeenschap nog steeds aan het groeien. Er is ook een Nederlandse gemeenschap

(Degrowth)

die zichzelf “ontgroeï” noemen. Verder zijn er onder andere groepen in Duitsland, Frankrijk en Spanje die met elkaar samenwerken om het begrip bekend te maken in hun land.

Het punt van positieve economische groei zijn we al voorbij. We zijn te ver doorgeslagen in het groter en beter maken van alles. Het moet altijd maar meer, meer consumeren, meer uitgeven, meer werken om spullen te kopen. Het is een vicieuze cirkel.

We hebben economische groei aangepakt en onmisbaar gemaakt in onze maatschappij, maar hebben nooit verteld wanneer en of het gezond is om ooit te stoppen. Ergens klinkt dat ook wel heel naïef, maar toch zijn we er afhankelijk aan geraakt op financieel, politiek en sociaal vlak.

Degrowth benadrukt de urgentie om wereldwijde consumptie en productie te verminderen. Het moedigt een sociaal rechtvaardige en ecologisch verantwoorde samenleving aan waarin het sociaal en ecologische welzijn van ons en de aarde wordt gezien als maatstaf van welvaart.

En nu vraag ik mij dus af hoe ik als grafisch ontwerper een rol kan spelen in zo'n gemeenschap.

Mijn interesse voor de ecologische duurzaamheid van degrowth is daar een van. De degrowth gemeenschap heeft als doel om het economische stelsel van onze maatschappij aan te passen zodat het in balans is met mens en natuur. Dus duurzaam werken en minder vervuiling in het proces van consumeren en creëren. Voor een grafisch ontwerper is dat erg relevant in het vakgebied, want ons werk bestaat veel uit printen en producten ontwerpen.

Verder moet er ook wat gedaan worden aan onze eigen mindset. We leven in een cultuur waarin bezit belangrijk is. Het geeft je een status van welvaart. Overal om je heen is reclame te zien en wordt je geprikkeld om te kopen. Toch komen we nu steeds meer dichterbij een shift naar duurzame artikelen en tweedehands kleding. Echter, lost dat nog niet alles op, want we willen nog steeds meer dan dat nodig is en die nieuwe trends blijven aantrekkelijk. Er moet een verschuiving komen in onze culturele tradities. De normen en waarden die we als normaal beschouwen staan niet wettelijk vastgelegd door de natuur, het is een constructie die we als collectief vroeger hebben bedacht.

In het essay *De sociale sculptuur herzien. Een verkenning in twaalf stellingen* van Akiem Helmling en Christiaan Weijts wordt geschreven;

*“De schijn van normaliteit, de aanname dat de wereld nu eenmaal is zoals zij is, wordt door de kunst omgezet in het tegendeel. Niets is zeker of normaal.*

*De democratie, globaal kapitalisme, welvaart, mensenrechten en privacy: ze zijn allemaal door ons collectief geconstrueerd. Ze zijn niet een noodzakelijke uitkomst die door natuurwetten zou zijn gedictieerd, ze zijn onze sociale sculptuur. Dat eenmaal accepteren, ervoor openstaan dat niets binnen onze sociale sculptuur absoluut en onwrikbaar is, dat op elke zekerheid een alternatief mogelijk is, is beangstigend, en tegelijkertijd ook bevrijdend.”*

Er is dus een alternatief mogelijk op de maatschappij die we nu geconstrueerd hebben. Ik denk dat de degrowth beweging een interessante wereld schetst. Ondanks wat het begrip zelf zegt blijft groei nog wel bestaan, maar zal de groei eerlijker verdeeld zijn.

In het citaat wordt de maatschappij een sociaal sculptuur genoemd. Dit vind ik een erg mooie benaming. Het is een constructie die we samen hebben bedacht, dus moeten we er ook een soort verantwoordelijkheid voor nemen. Kijken wat jij wilt voor de toekomst en wat andere verwachten.

Vroeger waren er veel dromers onder de mensen die utopieën bedachten en schetsen. Dit gaf de maatschappij een doel, iets om naartoe te werken. Ondertussen zijn verschillende aspecten van die dromen werkelijkheid geworden en merk ik dat die groep van utopische denkers op dit moment kleiner is. De toekomstbeelden die je tegenkomt zijn waarschuwingen geworden. Er zijn vooral films, boeken en beelden over het vergaan en het verwoesten van de aarde.

Ik word er vooral treurig van. Ik kijk liever naar hoe we onze huidige problemen kunnen oplossen, deels door weer nieuwe utopieën te schetsen. Degrowth is daar een leidende factor in geworden.

Ik denk dat ik niet de enige ontwerper ben die droomt van een bepaald vooruitzicht. Ik denk ook dat we als ontwerpers en kunstenaars een cruciale rol spelen in de maatschappij, wij kunnen namelijk door middel van kunst, beeld en spraak onze dromen en ideeën aan de man brengen.

In de volgende hoofdstukken zal ik je meenemen langs onderzoeken, ontwerpers, problemen, dromen en oplossingen. Hoe degrowth hierin telkens weer terugkomt en waarom ik vind dat de ontwerper hier een belangrijke rol in kan uitoefenen.





*Caspar David Friedrich, Wanderer above the sea of fog, 1819.*

HOOFDSTUK 1

# MILIEU

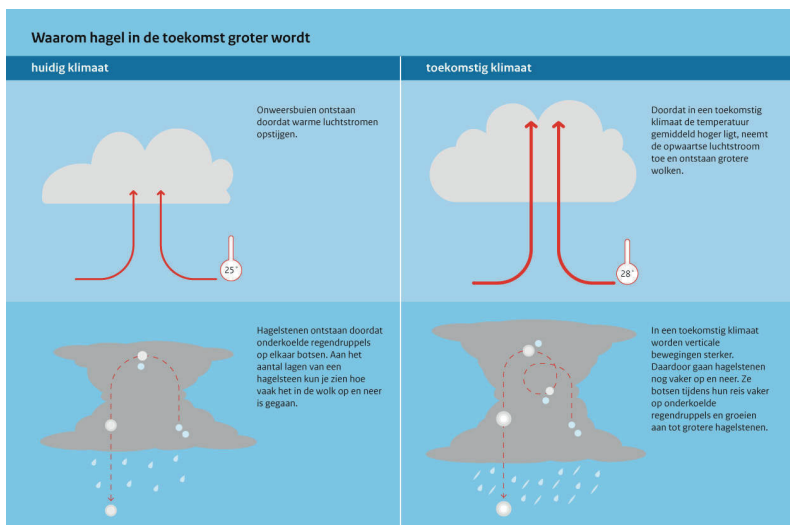
Dit hoofdstuk wil ik beginnen met een kort verhaaltje geschreven door Anna Salden in het boek *Nu het nog kan* van Extinction Rebellion.

*Het schemert. Vanuit de trein kijken we naar de bergen. We rijden hard, waarschijnlijk te hard. De lange trein stevent alsmaar sneller af op een gouden brug over een diep dal. Langzaam, te langzaam, ontstaat er onrust in onze coupé bij de reizigers die naar buiten kijken. Ze zien hoe midden op de brug de rails abrupt ophoudt. In het ravijn tekent zich het silhouet af van iets wat ooit treinstellen moeten zijn geweest. “Dat stukje brug hadden we nodig voor de lambrisering van de eersteklascoupés”, zegt de conducteur. De machinist, die zijn post verlaten heeft, beaamt: “Ik heb er dit horloge van laten maken en de Regionale Spoorwegen hebben alle wielen laten vergulden van de oude pilaren.” Een echtpaar stelt hun kind gerust: “Met moderne technieken is het helemaal niet zo moeilijk om ons weer uit de kreukels te krijgen.” Een dame trekt haar echtgenoot weg bij het raam en stelt dat ze meer dan genoeg hebben gedaan. “Wij gebruiken thuis geen goud, toch?” “Mij is verteld dat je niet per se een brug nodig hebt om over dit dal te komen”, zegt iemand anders. Ik kijk de volle trein rond en vind jouw verbijsterde blik.*

Dit is een mooi voorbeeld van hoe wij nu naar de klimaatveranderingen kijken. De trein is onze maatschappij, de brug staat synoniem voor onze uitbuiting van fossiele brandstoffen, de natuur en de rest spreekt voor zich. Ik vind het een sterk verhaal wat veel verteld over het probleem waar we ons nu in bevinden en onze visie erop. Een aantal mensen zullen het nog steeds tot op de dag van vandaag ontkennen en willen het niet zien of denken al genoeg te hebben gedaan en laten het los. Dan zijn er gelukkig ook nog wel mensen zoals jij en ik die er duidelijk wel interesse in hebben.

Zoals je de laatste jaren kan merken, krijgen we steeds vaker te maken met extreme weersomstandigheden in Nederland. Dit heeft te maken

met de alsmaar hoger wordende temperaturen. Hier zie je een infographic over hoe de verhoogde temperaturen ervoor zorgt dat we steeds vaker last hebben van bijvoorbeeld hagel.



Infographic 'waarom hagel in de toekomst groter wordt'. Opgehaald van WWF: <https://magazines.rijksoverheid.nl/knmi/knmispecials/2016/01/extreem-weer>

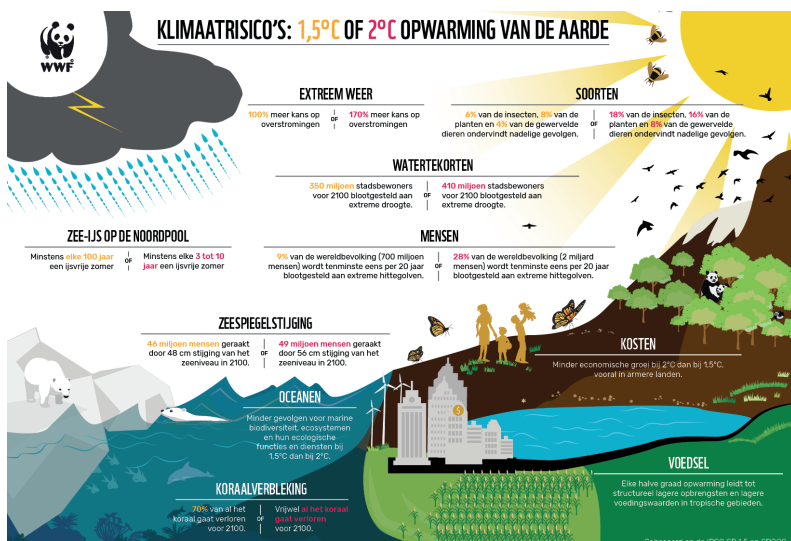
De verhoging in temperaturen komt door het extra broeikaseffect. Broeikasgassen zijn gassen zoals CO<sub>2</sub> en komen van nature voor in de atmosfeer. Broeikasgassen zelf zijn niet slecht, het zorgt er juist voor dat de aarde warm genoeg is om er te overleven. Zonder broeikasgassen zou het hier gemiddeld -18 graden Celsius zijn. De laatste 250 jaar zijn er veel meer broeikasgassen in de atmosfeer gekomen. Die houden extra warmte vast, en daardoor stijgt de temperatuur sinds de laatste 140 jaar. In andere woorden: het extra broeikaseffect.

(Milieu Centraal)

De oorzaak van deze opwarming zijn wij; de mens. Sinds de industriële revolutie stoten we steeds meer broeikasgassen uit. We gebruiken fossiele brandstoffen in fabrieken, energiecentrales, om ons huis te verwarmen en voor vervoer. Verder komt er ook CO<sub>2</sub> vrij bij het kappen

van bomen, wat wij vandaag de dag op grote schaal doen. We houden ook steeds meer vee voor vlees en zuivel. Door al deze activiteiten zit er nu 40% meer CO2 in de lucht dan 250 jaar geleden. Dit is een probleem, omdat de opwarming van de aarde niet zonder gevolgen is. Eerder heb ik al de extreme weersomstandigheden genoemd, maar verder zorgt dit er ook voor dat de zeespiegel stijgt door het smelten van ijskappen.

In 2016 heeft de overheid het klimaatbeleid opgesteld met maatregelen om Nederland te beschermen tegen de gevolgen van de klimaatveranderingen. Verdere opwarming van de aarde kan worden beperkt door de uitstoot van extra broeikasgassen te verminderen. In het klimaatbeleid zijn hiervoor nationale en internationale doelen afgesproken. Een belangrijk doel hiervan is de opwarming van de aarde beperken tot ruim onder 2 graden Celsius. Met een duidelijk zicht op 1,5 graden Celsius. Waarom dit zo'n groot verschil uit kan maken laat ik zien in de volgende afbeelding van WWF.



Infographic 'klimaatrisico's: 1,5 C of 2 C opwarming van de aarde'. Opgehaald van WWF: <https://www.wwf.nl/wat-we-doen/focus/klimaatverandering/gevolgen>

*“De waarheid die mensen bevrijdt, is grotendeels de waarheid die mensen niet willen horen”*

Bauman Z. (1925-2017). Socioloog.

Voor de economische welvaart hebben we onze eigen én enige leefbare grond verwoest. We hebben grondstoffen uitgeput om te kunnen reizen, mooie natuur plekken en uitzichten te bewonderen en om op stranden uit te rusten en te zonnen.

We hebben de dieren waarmee we deze aarde delen met uitsterven bedreigd, sluiten ze op, doden we ze voor kleding en interieur en consumeren we ze alsof het dierenrijk een oneindig all-you-can-eat restaurant is.

We hebben bomen gekapt, rivieren laten opdrogen en het thuis voor vele organisme verdreven zodat we huizen kunnen bouwen, parken aan kunnen leggen en meer ruimte vrij kunnen maken voor de oneindige stroom aan voedsel en kleding die we consumeren én weggoaien.

Blind voor de gevolgen hebben we langzaam maar zeker onze eigen leefomgeving verwoest. Het erge is nog wel dat om delen van deze leefomgeving te redden het omgedoopt wordt tot beschermde natuurgebieden. We moeten er regels en wetten aan vast plakken anders dan kunnen we het niet laten om het te verbouwen.

Degrowth gaat niet alleen over het beschermen van deze gebieden, maar ook over het samenleven met de aarde. Wij zijn als mensheid niet het middelpunt van leven en de natuur hoeft en moet zich niet aanpassen op ons, wij moeten ons aanpassen op de natuur. Zoals ik al in de inleiding zei kan de natuur prima zonder ons, maar wij niet zonder

de natuur. Om als grafisch ontwerper een bijdrage te kunnen leveren gericht op ecologische verantwoordelijkheid lijkt lastig, maar hoeft het niet te zijn. Het verschil zie je al in kleine veranderingen.

Een voorbeeld hiervan is een milieuvriendelijk lettertype. Het drukken van logo's, teksten en schetsen is een groot en belangrijk deel van onze werkzaamheden. Met onze blik op duurzaamheid komt zo'n lettertype goed van pas.

Het idee van een milieuvriendelijk lettertype zit hem in het inktverbruik bij het drukken. Een milieuvriendelijk lettertype is een font waar kleine witruimtes in de letters zelf zitten. Tot aan een bepaalde grootte zijn die witruimtes niet eens zichtbaar. De meest bekende milieuvriendelijke lettertypes zijn: Ryman Eco en Ecofont. De bedenker van Ecofont zegt dat als dit lettertype wereldwijd worden toegepast, 490 miljoen printer cartridges per jaar zouden worden bespaard. Dit zou een vermindering van de CO<sub>2</sub>-uitstoot met 6,5 miljoen ton betekenen, vergelijkbaar met 15 miljoen vaten olie.

Als ontwerper zou ik niet vast willen zitten aan een paar lettertypes als keuze, maar ik zie dit wel als een hele goede oplossing voor schets werk en proef printjes waarbij het lettertype niet veel uitmaakt. Ecofont heeft zelfs als service om het lettertype van je huisstijl milieuvriendelijk te maken. Verder kan je ook bij bestaande lettertypes erop letten dat als je minder inkt wil verbruiken je lettertypes kiest zonder schreef. Times New Roman is een uitzondering bij de schreef lettertypes, want de voeten zijn zo dun dat het weinig verschil uitmaakt. Verder zijn Calibri en Century Gothic ook een goede en milieuvriendelijke optie als schreefloze lettertypes.

Ik denk dat ik het vooral interessant vind dat eraan gedacht wordt. Vooral voor schrijvers en ontwerpers kan dit een goede milieuvriendelijke oplossing zijn, en bespaart het ook geld.

EcoFont

*Eco Font. Opgehaald van Design and paper: <https://www.designandpaper.com/ecofont-ecologically-conscious-typeface/>*

Ryman Eco  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyzåçéñôü

*Ryman Eco font. Opgehaald van Typeroom: <https://www.typeroom.eu/article/earth-we-trust-ryman-eco-sustainable-font-all>*

Nieuwe inzichten komen traag binnen, en kunnen vaak haaks staan op gevestigde belangen. Grote veranderingen gebeuren niet van de een op andere dag. Hoopgevend is wel dat er veel is veranderd op het gebied van klimaat, met dank aan klimaatactivisten, wetenschappers, journalistiek en natuurlijk ook ontwerpers.

Toch gebeurt er volgens Bruno Latour op beleidsniveau nog steeds te weinig, schrijft Marijn Kruk in het Filosofie Magazine. Ook lijkt het gevoel van urgentie niet overtuigend genoeg dat mensen bereid zijn hun dagelijks leven aan te passen. Echter, hebben we wel gemerkt dat we



prima in staat zijn om snel te handelen als dat nodig is, kijk bijvoorbeeld naar de corona crisis. Er werd gelijk actie ondernomen met lockdowns en financiële hulppakketten.

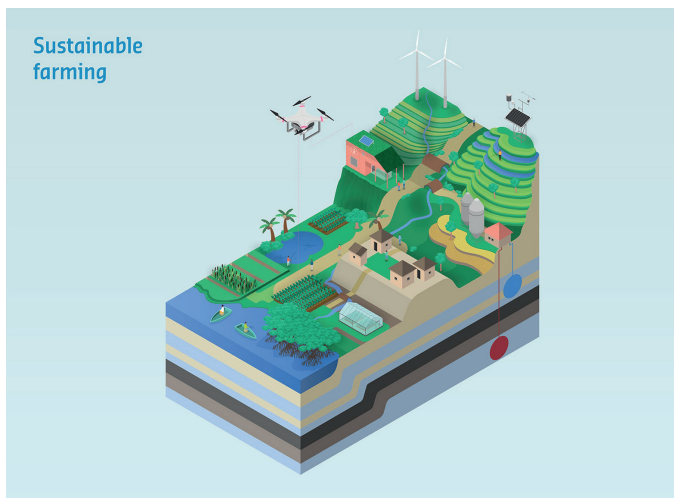
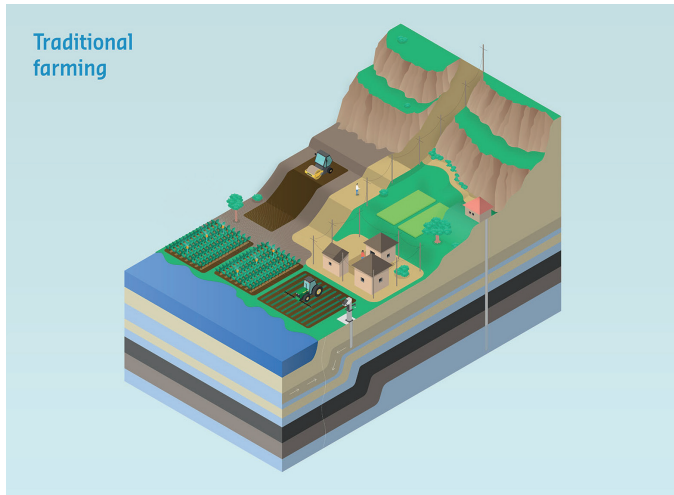
Een crisis is ook altijd een kwestie van verbeelding, zegt Latour. De klimaatcrisis heeft het in dat opzicht een stuk lastiger. Niet dat er geen krachtige beelden van bestaan, maar wat de gewone man ermee aanmoet is vaak onduidelijk. Het ontbreekt aan samenhang.

“Het kan natuurlijk wel”, zegt Latour wijzend op de watersnoodramp van 1953. “Als je in Maastricht woonde had je niets te vrezen van dat water, maar toch werd overal in Nederland betrokkenheid gevoeld. De klimaatcrisis is mondiaal, en ook diffuser, maar er zou qua verbeelding veel meer kunnen gebeuren.” Het verbeelden van de crisis is niet genoeg, zegt Latour. We moeten die verbeelding volgens hem ook politiek maken: duidelijk maken dat we als gemeenschap staan of vallen met het bestrijden van deze crisis. Zoals Nederlanders dat voelden bij de overstromingen in Zeeland. We moeten over zien te brengen dat branden in Australië of smeltende poolkappen ons ook raken, zo niet vandaag, dan toch morgen.

Wat Latour schrijft over de kracht van verbeelding is precies waar een grafisch ontwerper op in kan spelen. Zoals ik al eerder heb benoemt is de rol van grafisch ontwerpers aan het veranderen.

Naast een duurzame schakel in het werkveld zijn er ook ontwerpers die met gebruik van beeld en infographic wetenschappelijke ideeën en visies tot de man brengen. Hiervoor heb ik Dirma Janse geïnterviewd. Zij heeft samen met Deltares een aantal infographics gemaakt voor een project over het onderwerp ‘*sustainable farming*’.

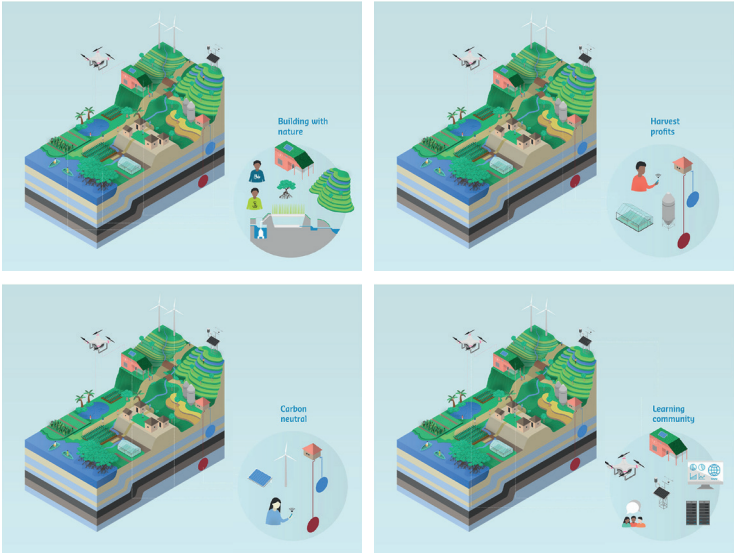
Deze infographics zijn als begeleidend beeld gebruikt bij een presentatie over dit onderwerp.



Infographic sustainable farming. Opgehaald van: <http://dirmajanse.nl/work/deltares-sustainable-farming-infographic/>

Dirma Janse is een grafisch ontwerper die zich vooral bezighoudt met infographics en datavisualisatie. Janse visualiseert complexe informatie voor bedrijven en organisaties in onder andere de wetenschappelijke wereld, de zorg, overheid en media. Vijf jaar geleden is ze gestart met infographics en visualisaties, op een gegeven moment is dat meer naar wetenschap ontwikkeld. Ze vindt wetenschap interessant, en maakt er graag visuals bij. Dirma heeft zelf deltares benaderd met de vraag wat haar meerwaarde kan zijn bij de wetenschap, hieruit ontstond een bijzondere samenwerking.

Deltares is een onafhankelijk kennisinstituut voor toegepast onderzoek op het gebied van water en ondergrond. Wereldwijd werken ze aan slimme innovaties, oplossingen en toepassingen voor mens, milieu en maatschappij.



Ik heb gevraagd aan Dirma Janse wat haar rol als ontwerper is. Janse zegt dat ze de opdrachten niet aanneemt vanuit een idealistisch perspectief, maar ze vindt het wel belangrijk dat informatie toegankelijker wordt. We hebben veel data en informatie en het wordt steeds complexer. Haar taak hierin is mensen ook te laten verwonderen over natuur en wetenschap. Het zou fijn zijn om het in een toegankelijke vorm te gieten, zonder dat het versimpelt raakt. Dat je nog steeds de kern van wat de wetenschappers willen zeggen kan overbrengen.

En hoe je dat aanpakt ligt aan je doelgroep. Als je iets wil uitleggen aan wetenschappers dan gebruik je een andere vorm dan als je wat wilt uitleggen aan de gemiddelde Nederlandse burger.

Bijvoorbeeld bij de infographic over *'sustainable farming'*. Het is bedoeld als praatplaat om bij te presenteren. Janse heeft het samen met een wetenschapper ontworpen. Er zit geen tekst in omdat het snel moet worden begrepen door investeerders en het moet er aantrekkelijk uitzien. Normaliter heeft een infographic wel tekst in het beeld, maar hier dus niet. Er is wel een voor en na scenario geschetst voor verduidelijking. Het ligt dus echt aan je doelgroep hoe je iets wil communiceren.

Dus kort samengevat heb ik het in dit hoofdstuk gehad over hoe we als ontwerper in kunnen spelen op de huidige klimaatproblemen. Als ontwerper zit je in de wereld van communicatie en consumptie. Dit is de kern van de maatschappij waar het belangrijk is om een duurzame schakel in te maken. Dus door bijvoorbeeld een milieuvriendelijk font te ontwikkelen of op gerecycled papier te printen, draag je al bij aan een meer duurzame toekomst. En dit is binnen ons vakgebied, maar er zijn ook mogelijkheden met wat we maken als ontwerpers en wat we communiceren naar buiten toe.

In mijn inleiding had ik gezegd dat de rol van een grafisch ontwerper veranderd. Zelfs in de afgelopen vijf jaar van mijn studie is er veel veranderd in het vak. We komen steeds dichterbij een nieuwe manier van communicatie, en wordt kunst en ontwerp ook steeds meer relevanter voor sociale problemen. Zoals Dirma Janse al zei, is het onze taak om ingewikkelde informatie toegankelijk te maken voor iedereen.

HOOFDSTUK 2

# OVERCONSUMPTIE

Overconsumptie is de situatie waarin de vraag van de consument hoger is dan het aanbod. Toch zit er veel meer achter het begrip dan dat. De vraag van de consument is zo hoog, omdat de producerende kant het zover heeft laten komen. Wij zijn verslaafd geraakt aan steeds meer willen kopen als vorm van welvaart. Het geeft ons de illusie dat door middel van de spullen wij beter kunnen onderbouwen wie we zijn, of wie we proberen te worden. De consument is ook niet de schuldige maar juist het slachtoffer van overconsumptie. We hebben onszelf afhankelijk gemaakt aan groei, met als gevolg dat bedrijven steeds meer produceren en wij steeds meer moeten consumeren.

Om te kopen wat we willen hebben we een baan nodig, om geld te verdienen hebben we consumenten nodig, et cetera.

We hebben onszelf in dit systeem vastgeketend en de enige mogelijke weg is verder groeien. Er is geen grens, geen stop en geen top in dat systeem. Daardoor is het moeilijk om hieruit te stappen.

Bedrijven en producenten zijn elke dag bezig met jou te overtuigen om te kopen door middel van reclame, bewust of onbewust. Wist je dat je gemiddeld per dag 377 commerciële berichten waarneemt?

Producenten zorgen ervoor dat de reclames en advertenties die je tegenkomt zo vormgegeven zijn dat het lijkt alsof het jouw idee is als je uiteindelijk wat wil kopen. Door algoritmes en cookies weten al veel bedrijven precies waarin je geïnteresseerd bent en zetten ze dat om in reclame zodat jij gaat kopen wat je denkt nodig te hebben op dat moment.

Langzaam maar zeker wordt het gesprek aangekaart dat het anders moet. De economische groei die we nastreven is zinloos, maar hoe kunnen we onze economie anders inrichten?

Kate Raworth presenteert daarvoor een oplossing met een donut model. Raworth is een rebelse econoom die economie geschikt wil maken voor de realiteit van de 21e eeuw. Ze zegt dat de uitdaging van de mensheid in de 21e eeuw is om binnen de mogelijkheden van de planeet de behoeften van iedereen te voorzien.

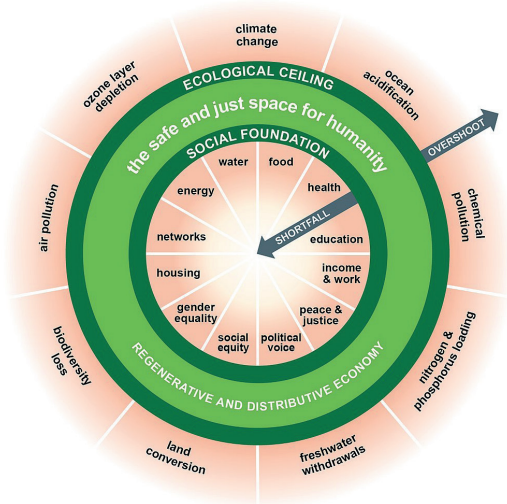
(Raworth, 2013-21)

Dus samengevat om ervoor te zorgen dat niemand tekort komt in de eerste levensbehoeften, denk aan voedsel, huisvesting en de gezondheidszorg. Terwijl we tegelijkertijd ook ervoor zorgen dat we binnen de perken blijven van wat de aarde te bieden heeft. Geen overconsumptie van de grondstoffen, maar juist een stabiel klimaat, vruchtbare bodems en een beschermende ozonlaag.

De donut van sociale en planetaire grenzen is een speelse, maar ook serieuze benadering om die uitdaging aan te gaan. De donut is een handleiding voor menselijke vooruitgang.

(TED, 2018)

Wat ze dus wil zeggen is dat we het BBP moeten gaan berekenen vanuit de behoeftes die het donut-model weergeven, en niet vanuit de economische groei. Ik vind dat de economische groei niet het meetpunt moet zijn van succes. Gezondheid, gelijkheid en duurzaamheid moeten juist de kernwaarden worden van de maatschappelijke welvaart. Kate Raworth dacht er ook zo over. Toen ze begon met het ontwerpen van een nieuwe richtlijn kwam ze uit op dit model.



*Doughnut of social and planetary boundaries. Opgehaald van: <https://www.kateraworth.com/doughnut/>*

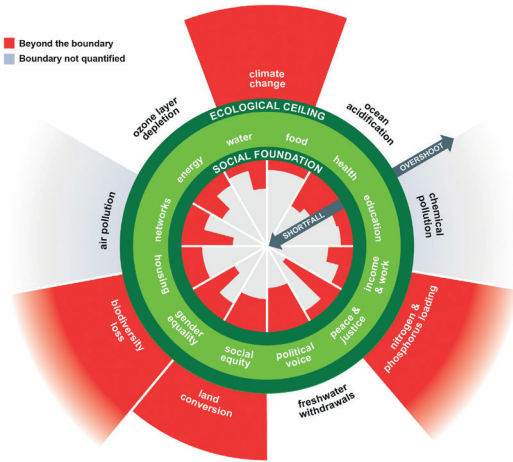


Het centrum van de donut staat voor alle tekortkomingen die we kunnen hebben in alles wat noodzakelijk is om te overleven. De groene cirkel is zoals Raworth het zegt *'the sweet spot for humanity'*. Het toekomstbeeld wat ik benoem in mijn inleiding valt in deze groene cirkel. Het weergeeft exact mijn visie van een gebalanceerd leven met elkaar en de natuur. Als je uit het dak van de cirkel valt dan kom je in een gevarezone terecht. Het is niet gezond om in de huidige maatschappij steeds maar meer te willen groeien, daar zit ook een nadeel aan. Denk aan overconsumptie en het klimaatprobleem wat daaruit voortkomt. Het beste is om in de groene cirkel te blijven, en dat staat voor mij gelijk aan degrowth.

Wat ik heel interessant vind is dat Kate Raworth ook benoemt dat het symbool van welzijn en geluk in veel historische culturen overeenkomt met de donut vorm. Denk bijvoorbeeld aan het symbool *Maori Takarangi*, een dubbele spiraal van creatie. Of kijk naar het dynamische balans van het *Taoist Yin Yang* symbool. De boeddhistische *Endless knot* en de *Celtic double spiral*.

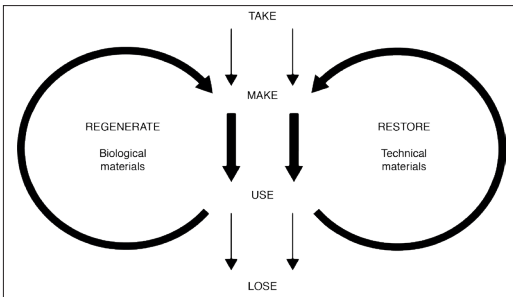


*Ancient symbols of dynamic balance. Opgehaald van: <https://www.youtube.com/watch?v=Rhcrbcg8HBw> (8:30)*



*Doughnut of social and planetary boundaries. Opgehaald van: <https://www.kateraworth.com/doughnut/>*

Het donut model die je hier ziet is hoe de wereld eraan toe was in 2018. Zoals je kan zien aan de rode vlakken zijn we nog erg uit balans. Om uit dit onbalans te komen hebben we ontwerpen en ideeën nodig. In de consumptie cultuur kom je nog veel wegwerp producten tegen en gebruiken we de gekochte producten maar van korte duur. De cyclus waar we in willen gaan leven ziet er ongeveer zo uit:



*Working with and within the cycle of consumerism. Opgehaald van: <https://www.youtube.com/watch?v=Rhrcbcg8HBw> (10:30)*

En dit gebeurt nu, in 2021, al steeds vaker. Groeien binnen de groene cirkel zie ik als gezonde groei. Groeien in consumenten betekent niet meer een eindeloze stroom van nieuwe producten, maar juist hoe we die producten duurzamer kunnen maken en hergebruiken. Dit is belangrijk, en ik vind dat ontwerpers daar een grote rol in kunnen gaan

spelen. Door middel van beeld en creativiteit kunnen we oplossingen bedenken of communiceren om obstakels te overwinnen. Denk aan de functie van een verpakking of het materiaal wat gebruikt wordt.

De economische groei is hard vooruit gegaan in de afgelopen honderd jaar, we leven in een paradijs van mogelijkheden vergeleken met voor de 20e eeuw. Je ziet dat het Bruto Binnenlands Product (BBP) jaarlijks fors omhoog gaat, maar samen met die stijgende lijn verhoogd ook de ongelijkheid van inkomsten. Dat komt omdat het BBP berekend wordt over de algehele inkomsten. Het BBP stijgt namelijk doordat de 5% rijken van de gemeenschap meer verdienen. De inkomens van de meeste werknemers zijn niet verhoogd. Hier kan een verandering in aangebracht worden, door bijvoorbeeld alle werknemers te betalen wat ze waard zijn. Het product wordt dan wel duurder, maar je hebt wel het geld meer gelijk verdeeld over iedereen. En als iedereen betaald wordt wat het werk echt waard is zullen we als maatschappij ook meer geld hebben om te besteden aan de duurder wordende producten. Zo komt het vanzelf weer in balans.

(Bregman, 2019)

Verder kan je ook een basisinkomen instellen voor iedereen. Dit is een voorstel van Rutger Bregman in zijn boek *Gratis geld voor iedereen*.

Het basisinkomen heeft veel voordelen. De meest voor de hand liggende is dat minder mensen zullen leven in armoede. Verder biedt een vast inkomen zonder regels en bureaucratie ook rust, daardoor zullen mensen meer tijd en energie over hebben voor doelen en over het algemeen betere beslissingen nemen.

De econoom Charles Kenny zegt: “De belangrijkste reden dat mensen arm zijn, is dat ze niet genoeg geld hebben. Het zou dan ook geen verrassing moeten zijn dat het geven van geld een uitstekende manier is om dat probleem te verhelpen.”

Een voorbeeld van een organisatie die ervoor heeft gezorgd dat het inkomen in bepaalde gebieden is gestegen is GiveDirectly. Michael Faye, oprichter van GiveDirectly, geeft geld aan inwoners in armoedige

gebieden. Faye zegt; “Wij leggen de keuze in handen van de armen. De waarheid is dat ik meestal geen idee heb wat ze nodig hebben”. En dat kunnen ze ook prima zelf bepalen. Door deze organisatie is het inkomen in deze gebieden met 38% gestegen, zijn huis- en vee-eigendom met 58% gestegen en is het percentage van kinderen zonder voedsel met 42% afgenomen.

Dus met een basisinkomen verhelp je de ongelijkheid van inkomen, wat ervoor zorgt dat er minder armoede is in de wereld. Het geeft veel meer mensen de mogelijkheid om persoonlijk te groeien en dus ook om te voldoen aan de donut maatstaf van Kate Raworth.

*“The purpose of work is not to make money.  
The purpose of work is to make the workers,  
whether working stiffs or top executives,  
feel good about their life.”*

Semler R. Vpro tegenlicht biografie.

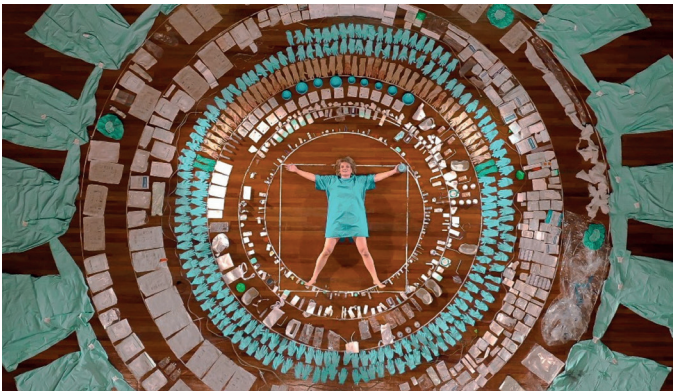
In mijn interview met Dirma Janse hebben we het ook gehad over de huidige problemen met overconsumptie en de rol van de grafisch ontwerper hierbij.

We zijn het met elkaar eens dat in de afgelopen jaren te zien was dat kapitalisme en materialisme niet het antwoord is. Waarom zou je constant financieel moeten groeien? Janse denkt dat ontwerpers daar zeker een interessante rol in kunnen spelen, bijvoorbeeld in informatievoorzieningen.

Er wordt op het gebied van duurzaamheid steeds meer leuke initiatieven genomen. Echter, merkt Janse op, is duurzaamheid nu vooral een onderwerp is bij specifieke doelgroepen, zoals milieuactivisten, de middenklasse en rijke burgers.

Als ontwerpers moeten we ons misschien meer focussen op de achterstandswijken of mensen die wat minder geld hebben. Daar is duurzaamheid niet de eerste zorg. We kunnen bijvoorbeeld meer informatie visueel vertalen voor ze.

We hebben als mens een soort van nieuwe religie ontwikkelt in de vorm van materialisme en spullen kopen. Je ziet veel bewegingen zoals minimalisme en zero waste projecten die daar mee bezig zijn. Denk aan Maria Kojck, een afvalkunstenaar uit Groningen. Kojck werd in 2020 geopereerd aan borstkanker. Daarbij ontdekte ze dat 60% van het operatiemateriaal wegwerpmateriaal is. “Zo worden rvs-scharen ingevlogen vanuit Japan en belanden ze na één knip in de prullenbak”, zegt Kojck. Om in beeld te krijgen hoeveel afval je verzameld met een operatie heeft Maria Kojck de artsen gevraagd het vuilnis voor haar te bewaren. Dat heeft uiteindelijk zes zakken vuilnis opgeleverd. Vervolgens heeft ze zichzelf gefotografeerd en gefilmd met al het afval van haar operatie dat in een netjes georganiseerde cirkel om haar heen lag.



*Maria Kojck zelfportret met borstkanker operatie afval. Opgehaald van: <https://www.rtvnoord.nl/nieuws/788870/Maria-Kojck-maakt-kunstproject-met-afval-van-eigen-operatie>*

Ik vind het echt indrukwekkend om te zien, maar het is ook schokkend. Zoveel afval voor één patiënt, en dan moet je voorstellen dat er over de hele wereld in elk ziekenhuis dagelijks operaties plaatsvinden. Dat is veel afval en dus ook veel uitstoot van broeikasgassen.

Maar ja, wat moet je dan doen met al dat afval? Ik woon zelf in een studentenhuis in Zwolle en heb recent geopperd om te beginnen met ons afval te scheiden. Zoals bij veel studentenhuisen gaat alles; karton, glas, PMD en groen in dezelfde bak. Nu scheiden we al bijna een half jaar papier, glas, PMD en restafval. Ik heb gemerkt dat bijna 50% van ons afval alleen maar PMD is en eerlijk gezegd schrok ik ervan.

(Zhou, 2020)

Nu ben ik een ontwerper tegengekomen die een interessante twist heeft op haar plastic afval. Florence Zhou recycled plastic naar alledaagse huiselijke decoraties in haar project Re-crafting plastic.



Re-craftin plastic. Opgehaald van: <https://vimeo.com/436816315>

Ik word erg enthousiast van deze initiatieven, ik zou graag mijn pmd afval om willen toveren tot decoratie voor thuis. Vooral in een studentenhuis lijkt me dit een goedkope en ideale manier van je huis versieren.

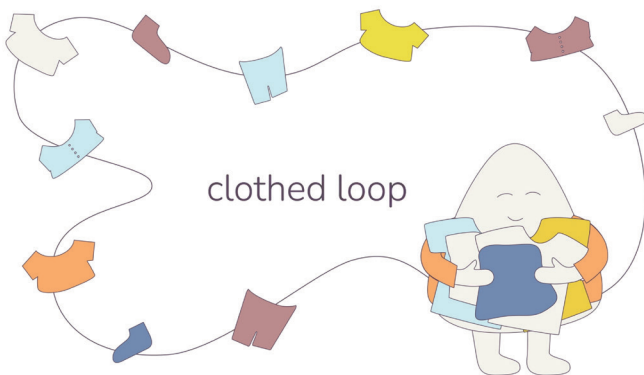
(What Design Can Do, 2021)

En zo zijn er nog talloze voorbeelden van initiatieven voor afvalreductie en recycling. Begin 2021 is de beweging *What Design Can Do* begonnen met een campagne genaamd de 'No waste challenge'. Als ontwerper of creatieveling kon je een project ontwerpen gefocust op afvalreductie. Je mocht je project focussen op een aangewezen stad met een gekozen doel.

Het is echt heel motiverend om te zien hoeveel goede ideeën er tussen staan en hoeveel interesse er wordt getoond.

(Loos, 2021)

Een ontwerp die ik hieruit wil benoemen, gaat over een project die mooie grafische beelden oplevert met veel informatie over de levensloop van kleding. Het project heet *Clothed loop* en is van Miriam Loos en Yagmur Aydogmus. Ze wouden graag een campagne opzetten die gericht is op het verminderen van de milieu-impact van onze consumptiegewoonten in mode. Het project bestaat uit een reeks geanimeerde video's met verschillende problematische aspecten van de mode-industrie. Onder andere het bestellen van kleding online en de hoeveelheid retourzendingen die daaruit ontstaan. Dit is een goed voorbeeld van de overconsumptie waar we vandaag de dag mee te maken hebben. Door middel van een geanimeerde personage waar je jezelf in kan herkennen, en spelletjes die je kan spelen op de website wordt je eraan herinnert waarom de fast-fashion niet goed is voor het milieu en waarom je het dus beter niet kan kopen.



*Clothed loop stills.* Opgehaald van: <https://vimeo.com/539255930?from=outrio-embed>

clothed loop

what to do map campaign

## 30% of all clothing items ordered online are getting returned

what happens to return?

clothed loop

what to do map campaign

### You missed most of it, right? This is what happens to returns as well.

Often people order the same item in different sizes with the intention to only buy one and send the rest back. The home becomes the changing room, which seems very convenient, but different than in a real shop, the item does most of the times not directly go back to the stores, if it ever does.

↓

clothed loop

what to do map campaign

## 85% of total textile waste goes to the landfills. Amsterdam alone is responsible 14000 tonnes of it. Clothing returns are a growing problem for our planet because there is basically not enough capacity to handle and process all these items back into the system. Therefore it is added to the existing waste. They are either dumped in the landfill or burned together with the rest of the textile waste we generate.

how can I reduce my impact?

clothed loop

what to do map campaign

- textile recycle bin
- ✓ second hand store
- ✓ sustainable fashion

giffenwoldsmoeder  
Giffenwoldstraat 27, 1017 JH Amsterdam  
reviews



Dus kort samengevat heb ik het in dit hoofdstuk erover gehad dat we als consument teveel kopen en bezitten. Materialisme is uiteindelijk ook de huidige vorm van welvaart. Toch is de koper niet de schuldige in dit verhaal, maar zijn het de reclames en algoritmes die ons voor de gek houden. Omdat we zoveel produceren en kopen hebben we ook veel afval en vervuiling. Dit ligt ten nadele van onder andere het milieu, waar ik in hoofdstuk 1 op in ben gegaan.

Ik ben tijdens het schrijven van mijn scriptie erachter gekomen dat overconsumptie vandaag de dag veel besproken wordt. Er zijn meer mensen die zien dat het een maximum heeft bereikt en dat we er anders mee om moeten en kunnen gaan. Ik denk dat de rol van een grafisch ontwerper hierin ook erg relevant is. Als ontwerper ben je creatief en oplossingsgericht ingesteld. Dit kan ingezet worden in bijvoorbeeld onze omgang met voedselverspilling en afval. Verder kunnen we ook een invloed uitoefenen op verpakkingen. Denk aan biologisch afbreekbaar materiaal of een functie geven aan de verpakking zodat het niet weggegooid wordt.

Verder moet er een schakel komen in ons koopgedrag. Minimalisme moet het nieuwe normaal worden. Dus alleen halen wat je nodig hebt en voor de rest tweedehands inkopen. Hierin kan ik als ontwerper bijdragen door middel van communicatie. Infographics maken over waarom deze schakel van leven belangrijk is voor ons en onze toekomst. Zo kunnen we er gezamenlijk voor zorgen om weer in balans te leven met de aarde. Even stilstaan, minder bezitten en meer tevreden zijn met wat je al hebt in het leven.

HOOFDSTUK 3

# INFORMATION OVERLOAD

Heb je ooit al wel dat gevoel gehad dat je liever het nieuws ontwijkt omdat het zo negatief is allemaal? Dat het even teveel is geworden wat er allemaal aan de hand is in de wereld? Moord, oorlogen, opstanden, schandalen, natuurrampen en ga zo maar door.

Ik heb er in ieder geval wel last van gehad. Ik heb ook expres voor een tijdje het nieuws niet meer gevolgd, omdat het me erg onrustig en ongelukkig maakte. Sinds de laatste jaren ben ik van dit gevoel afgestapt. Het is mij gelukt om het nieuws te volgen zonder mij enorm aan het negatieve gevoel vast te klampen.

In de huidige eeuw waarin we leven hebben we toegang tot het nieuws van over de hele wereld, en er gebeurt bizar veel elke seconde van elke dag. Dus er zal ook altijd wel nieuws blijven, goed en slecht. We hebben het internet als bron van alle informatie die we nodig hebben, en het is veel.

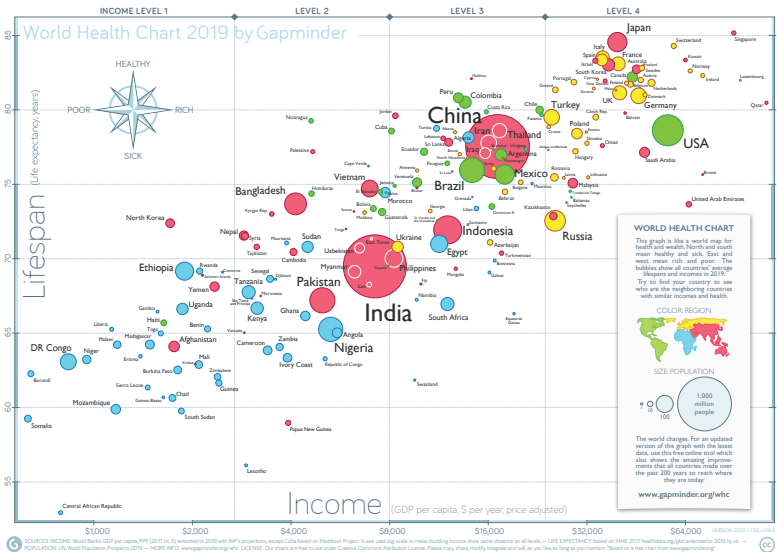
Vroeger was dat helemaal niet zoveel. Nieuws verspreidde zich eerst alleen nog maar mondeling of via koeriers, zang en gedichten. Later werd het al maandelijks door middel van tijdschriften en al snel kon dit ook wekelijks. En sinds kort hebben we elk minuut van de dag toegang tot nieuws en informatie. Dit is natuurlijk een interessante vooruitgang, we hebben contact en voelen ons verbonden met de hele wereld. Toch heeft het ook een aantal nadelige effecten.

Doordat er zoveel informatie tot onze beschikking is kunnen we er nog wel eens naast zitten in ons wereldbeeld. Ik zat er in ieder geval wel naast. “Vroeger was alles beter” is een quote die ik nog best vaak hoorde om mij heen, maar is dat eigenlijk wel waar? Misschien leek vroeger alles beter, omdat we toen niet alle data hadden over wat we konden verbeteren en wat er aan de hand was.

(Bregman, 2019)

Zoals Rutger Bregman beschrijft in zijn boek *Gratis geld voor iedereen*, leven we momenteel in de wereld waar vroeger mensen van droomden. Het paradijs van ‘luilekkerland’. En om die conclusie te versterken zal ik een paar voorbeelden noemen waarom.

In 1820 leefde 84 procent van de wereldbevolking in extreme armoede. In 1980 was dat afgenomen naar 44 procent en nu zitten we al onder de 10 procent. De levensverwachtingen zijn enorm omhoog gegaan. Dit kan je zien in het grafiek op de volgende bladzijde.



World health chart 2019. Opgehaald van: <https://www.gapminder.org/tag/pdf/>

In 1800 zat de gemiddelde levensverwachtingen van Nederlanders rond de 40 jaar. Dat is dus in 200 jaar verdubbeld. Vijftig jaar geleden stierven één op de vijf kinderen voor hun vijfde levensjaar, nu is dat één op de twintig. Ondertussen worden we ook steeds slimmer. In 1962 zat 41 procent van alle kinderen niet op school. Nu is dat minder dan 10 procent.

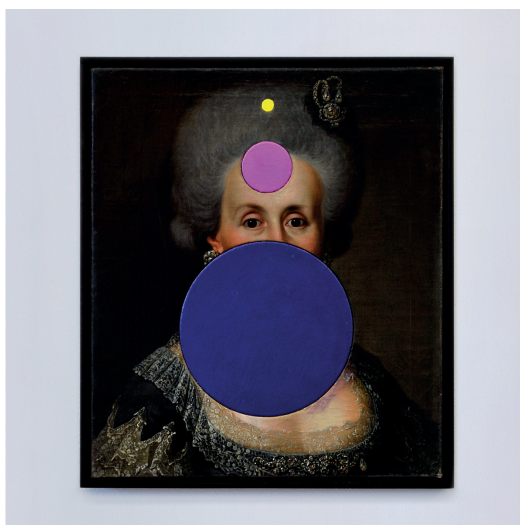
Dus we kunnen concluderen dat we het over het algemeen helemaal niet zo slecht hebben. Hoe kan het dan dat het niet altijd zo voelt? En wat heeft *Information Overload* ermee te maken?

Het voelt waarschijnlijk niet zo, omdat we ook nog niet alle problemen hebben opgelost. Denk aan bijvoorbeeld gender- en rassenongelijkheid, de opwarming van de aarde en het vluchtelingenprobleem. Doordat we nu toegang hebben tot zoveel data en contact kunnen leggen met de hele wereld komen veel problemen ook juist meer boven water. Onze toegang tot internet en technologie heeft een groot voordeel én een groot nadeel. Het voordeel is dat je je stem kan laten horen en daarmee een heel groot bereik hebt. Het nadeel is dat je ook nepnieuws en complottheorieën de wereld in kan sturen. Het is vandaag de dag moeilijk om de waarheid te onderscheiden van meningen.

(Sagmeister, 2021)

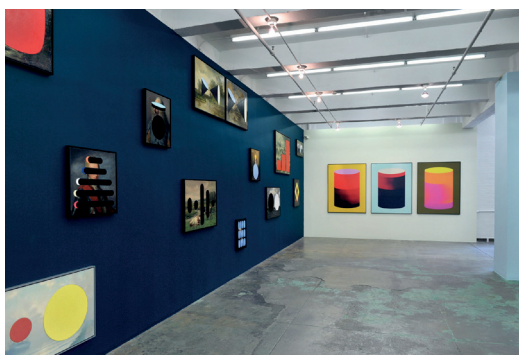
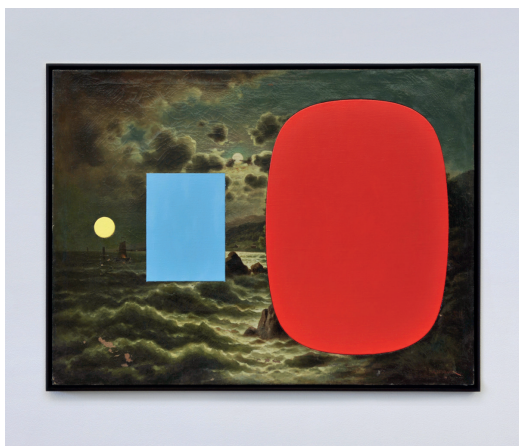
Stefan Sagmeister heeft begin 2021 een tentoonstelling geopend wat gaat over *Information Overload* en hoe we door al die data de algehele positieve vooruitgangen missen.

De tentoonstelling heet *Positive Numbers* en het doel van de tentoonstelling is om te laten zien wat we in de geschiedenis hebben behaald als mensheid en waar we nu staan. Sagmeister zegt dat we juist moeten weten wat we al behaald hebben om vanuit daar vooruit te bewegen. Het geeft de juiste motivatie om de wereld een betere plek te maken voor iedereen. In plaats van het doemscenario perspectief die de dagelijkse media ons vaak geeft. We zijn het allemaal met elkaar eens dat leven beter is dan dood, dat toegang tot eten belangrijker is dan honger lijden. Dat we liever allemaal leven in een democratie dan in een dictatorschap. De ontwikkelingen in al deze onderwerpen zijn bijgehouden sinds de afgelopen 200 jaar, en zijn in de afgelopen 200 jaar ook verbeterd.



Sagmeister S. *Beautiful numbers*. Opgehaald van: <https://www.sagmeister.com/work/beautiful-numbers/>

Dit is een interessant perspectief van hoe je data kan delen met de toeschouwer. Het laat zien wat we al behaald hebben en motiveert ons om met een positieve blik te kijken naar ons privilege om te leven in een wereld waar al zoveel vooruitgang in is. En het moedigt ook aan om huidige en toekomstige problemen aan te pakken. Het benoemen van wat er allemaal al bereikt is, geeft weer energie om door te gaan met wat we nog moeten bereiken.



Sagmeister S. *Beautiful numbers*. Opgehaald van: <https://www.sagmeister.com/work/beautiful-numbers/>

In mijn interview met Dirma Janse hebben we het ook over de *Information Overload* gehad. Janse haar inzichten hierover komen veel overeen met hoe ik erover denk. Ze zegt onder andere dat het belangrijk is dat informatie toegankelijker wordt. We hebben veel data en informatie en het wordt steeds ingewikkelder. Er zijn steeds meer dingen die de gemiddelde mens niet meer snapt. We kunnen eigenlijk steeds minder en de technologie wordt ingewikkelder. Als we zonder stroom komen te zitten hebben we echt een groot probleem. We maken ons nu heel druk over de corona crisis waarin we leven, maar Janse zegt dat we ons eigenlijk drukker moeten gaan maken over alle technologische ontwik-

kelingen en over alle gevolgen die dat met zich meebrengt op ons leven. Het wordt meestal met gemak aangeschaft, denk aan een google home bijvoorbeeld, toch maakt het van jou een levende data verzamelaar. Er wordt lang niet genoeg op geattendeerd en er wordt nog dagelijks veel misbruik van gemaakt.

(Voogd, 2019)

Denk aan bijvoorbeeld de cookies pop-up als je een website wilt openen. Weten we wel allemaal waar we mee akkoord gaan als we op “ja” klikken? En weten we eigenlijk wel wat cookies zijn? Ik weet er in ieder geval niet heel veel over en daarom heb ik het opgezocht. Hiervoor moest ik ook de cookies accepteren.

Cookies zijn kleine tekstbestandjes die tijdens een websitebezoek in je webbrowser worden opgeslagen. Deze tekstbestandjes slaat informatie op, zoals jouw gedrag als je de website bezoekt. Deze informatie wordt vervolgens gebruikt als je de website later weer opnieuw bezoekt. Het doel van cookies is om terugkerende bezoekers te identificeren en ze zo een gepersonaliseerde gebruikerservaring te geven. Dit verklaard dus je gepersonaliseerde advertentie van bijvoorbeeld een jurk van de H&M die je eerder die dag hebt bekeken. Cookies is niet altijd positief. Het kan misbruikt worden door marketeers en adverteerders, zoals mijn voorbeeld van zonet. Echter, heeft cookies ook een goede kant, het zorgt ervoor dat de website die je bezoekt optimaal werkt en gebruiksvriendelijk is.

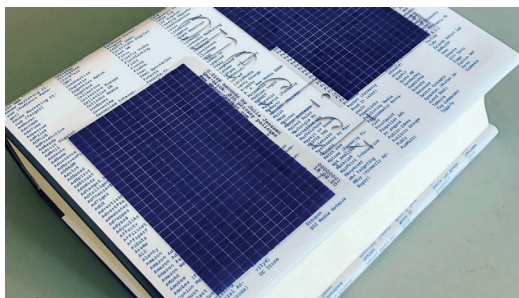
Toch is de nadelige kant sterker aanwezig naar mijn idee. De constante prikkeling van advertenties, die ook nog eens precies weten wat je interessant zou vinden en misschien graag wilt hebben, is stressvol voor mij. Ik heb ook gemerkt dat mijn online aankopen tijdens de pandemie enorm zijn gestegen. Aan de ene kant komt dat omdat de winkels niet open zijn, maar er is ook een bepaalde zwak ontstaan voor advertenties die voorbij komen op bijvoorbeeld instagram. Doordat ik websites en profielen bezoek van mensen die ik interessant vind, worden mijn advertenties daarop aangepast. En ik moet zeggen, het werkt. En dat allemaal door één klik op de knop van cookies.

(Janssen, 2019)

Julia Janssen heeft hier een interessant ontwerp van gemaakt. Janssen is een kunstenaar en ontwerper die bewustzijn creëert voor de impact van digitalisering op de samenleving. Met haar kunst maakt ze de complexiteit van data toegankelijk voor iedereen. Door wetenschappelijke, politieke, economische en juridische vraagstukken te verbinden met

ontwerp onderzoekt ze naar hoe je controle kan krijgen over je data.

Een voorbeeld van wat ze dan ontwerpt is het boek one click. Dit boek heeft ze ontworpen vanuit haar onderzoek naar de cookies pop-up. Waar ga je eigenlijk allemaal mee akkoord als je op accepteren klikt? Julia Janssen heeft het uitgezocht, en het is meer dan je denkt. Er zijn 835 privacy voorwaarden die je accepteert namelijk. Janssen heeft al deze voorwaarden verzameld in een boek van meer dan 800 bladzijden. Om echt een idee te krijgen van het volume van die ene klik, heeft ze naast het boek nog een performance gestart in 2019. Met een radiostudio in een container reisde ze Nederland door, zodat verschillende bezoekers een stukje uit het boek konden voorlezen. Dit werd een enorm succes. Het is echt interessant om te zien hoeveel animo hiervoor bleek te zijn. We missen het inzicht van hoe groot het netwerk eigenlijk is. Julia Janssen geeft deze informatie volume en door haar kunstwerken kan je je driedimensionaal inbeelden hoeveel en hoe groot de database van informatie eigenlijk is.



*0.0146 seconds. 2019 - ongoing performance. Opgehaald van: <https://www.julia-janssen.nl/oneclick.html>*

En die database is niet alleen online, maar komt ook ergens fysiek samen in een datacentrum. 4% van alle stroom in Nederland wordt gebruikt door onze datacenters. En het is wel interessant om te benoemen dat het verbruik en de uitstoot van deze datacenters ook in acht worden genomen. In 2018 lag er een motie bij de Tweede Kamer met



de vraag of de restwarmte van de centers mee mag tellen als hernieuwbare energie. De restwarmte zou dan ingezet kunnen worden voor het verwarmen van huizen. Als je kijkt naar de afbeelding hieronder dan zie je dat deze innovatie een reductie van 600 kiloton aan CO<sub>2</sub>-uitstoot kan opleveren. Verder zijn we in onze technologische groei al druk bezig met het behouden van energiezuinige datacenters, want ondanks de groei van datacenters is het energieverbruik gelijk gebleven. Echter is het idee van het hergebruiken van de restwarmte nog steeds in de startblokken. Dus ik denk dat als we deze ideeën op grote schaal kunnen doorzetten dat onze toegang tot digitale informatie energiezuinig zal worden en een interessant onderdeel kan spelen in de degrowth.

## Datacenter restwarmte kan 1 miljoen huizen verwarmen



**200**

Ruim 200 grote commerciële datacenters over NL verspreid.

**15%**

Dat is een groei van 15% in de laatste 7 jaar.

**1.300 MW**

Ze verbruiken 1.300 MW aan stroom (die wordt bijna geheel omgezet in restwarmte)

**1.000.000**

Dat is genoeg om 1 miljoen huishoudens te verwarmen.

**600 KT**

Als die van het gas gaan, dan besparen we daarmee 600 KT CO<sub>2</sub> uitstoot.

**64%**

64% van de DDA deelnemers hergebruikt restwarmte.

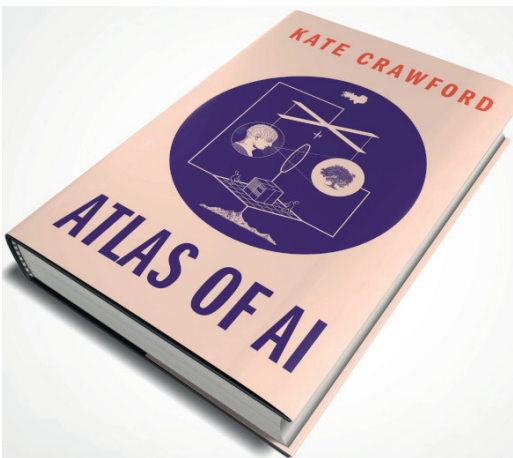
Datacenter restwarmte. Opgehaald van: <https://www.emerce.nl/wire/tweede-kamer-erkent-potentie-datacenter-restwarmte-bengmotie-neemt-belangrijke-drempel-weg>

(Crawford)

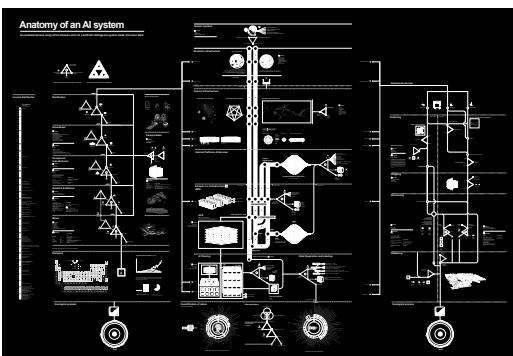
Wat ik vanuit dit perspectief als laatste nog graag wil benoemen is een boek van Kate Crawford, *Atlas of AI*. Crawford onthult in dit boek hoe de wereldwijde netwerken die ten grondslag liggen aan AI-technologie schadelijk zijn voor het milieu en de ongelijkheid in de maatschappij. Je wordt meegenomen door de mijnen, fabrieken en de enorme dataverzamelingen die nodig zijn om AI te laten 'werken'. Ze brengt in kaart waar AI ons in de steek laat en wat er aan gedaan kan worden.

(Crawford & Joler)

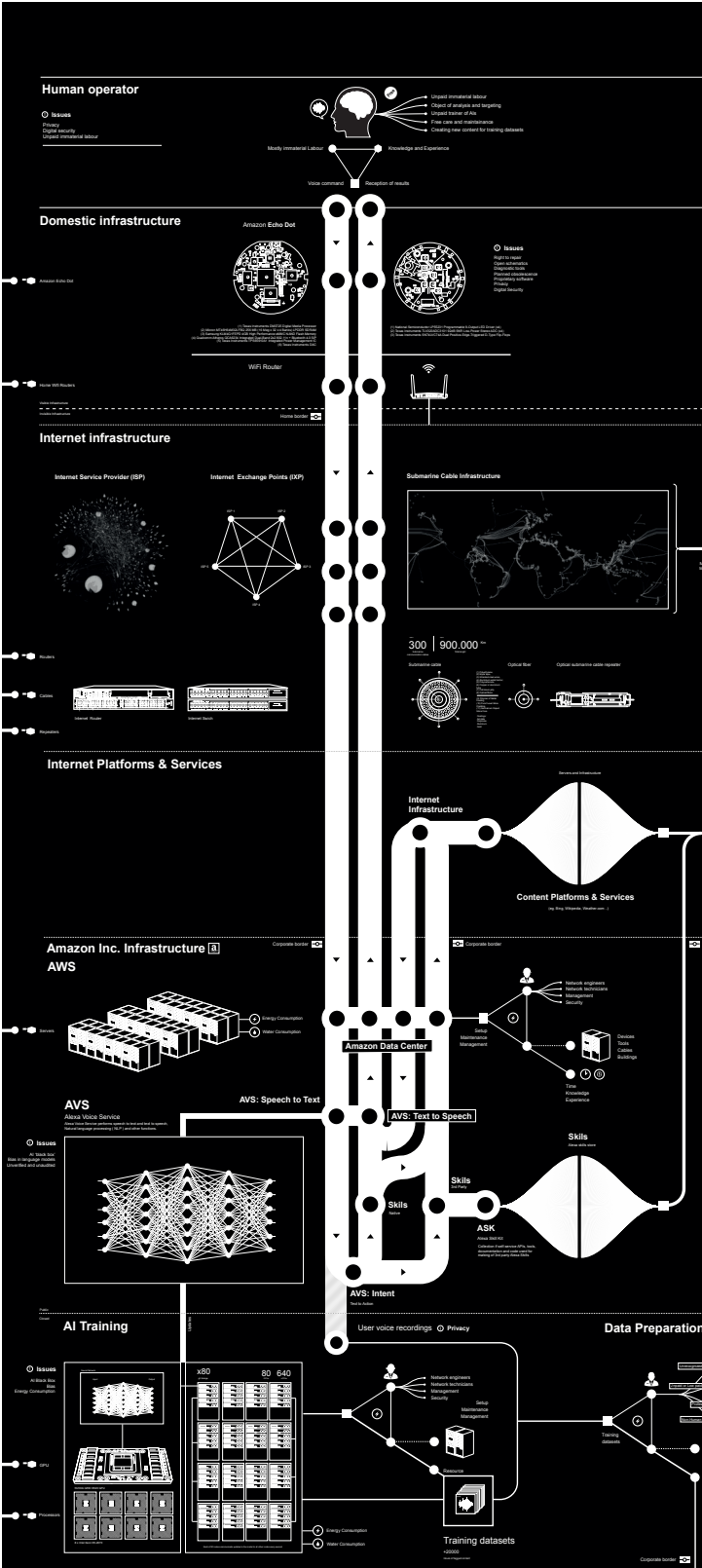
Kate Crawford heeft naast haar boek dit nog een keer letterlijk in kaart gebracht samen met Vladan Joler. Een grote infographic neemt je mee achter de schermen bij een Amazon Echo apparaat. Je ziet het hele proces in kaart gebracht. Dit vind ik een goed voorbeeld van waar ik het met Dirma Janse ook over heb gehad. De rol van een grafisch ontwerper is om dit soort informatie in kaart te brengen zoals dat hier gedaan wordt. Naast dat we ontwerpen voor bedrijven moet er een uitbreiding komen in de taak van de ontwerper. Waaronder dus het toegankelijk maken van ingewikkelde informatie.



*Atlas of AI*. Opgehaald van: <https://katecrawford.net>



*Anatomy of AI*. Opgehaald van: <https://anatomyof.ai>



Anatomy of AI (Close-up). Opgehaald van: <https://anatomyof.ai>

Dus kort samengevat heb ik het in dit hoofdstuk gehad over de overvloed van informatie die vandaag de dag op ons afkomt. Het is soms zoveel dat je grip kan verliezen op de werkelijkheid. Het ontbreekt aan overzicht. Als grafisch ontwerper kan je meehelpen om dat overzicht weer terug te brengen, zoals bijvoorbeeld Stefan Sagmeister met zijn project *Positive Numbers*. Verder is het uitreiken van informatie een groot gedeelte van de werkzaamheden als grafisch ontwerper. Dus het is ook aan ons om de informatie die we willen communiceren duidelijk en overzichtelijk te houden. Minimalisme speelt hierbij een belangrijke rol vind ik. Hierdoor maak je het toegankelijk en begrijpbaar voor een breedte doelgroep.

Ik vind het ook heel interessant hoe ontwerpers zoals Julia Janssen omgaan met de grote hoeveelheid informatie die zich schuil houdt achter het scherm. Ik denk ook dat het erg belangrijk is om al die data ruimtelijk te maken voor beter inzicht. Zoals je al kan zien op de infographic van Kate Crawford gebeurt er inmens veel achter de schermen. Ik ben benieuwd hoe we als maatschappij reageren als we echt goed kunnen zien wat de hoeveelheid is van de digitale informatie stroom.

Zoals je al kan lezen in dit hoofdstuk heeft *Information Overload* ook veel te maken met de overconsumptie en het milieu. De stroom van informatie en onze toegang tot het internet zorgt er namelijk ook voor dat we veel meer producten en advertenties te zien krijgen. Ik denk dat het digitale tijdperk grotendeels de reden is dat het zo uit de hand gelopen is met produceren en consumeren. Verder komt de informatie stroom niet uit de lucht vallen, er zit een groot team van mensen en datacenters achter ons scherm. Dit kost allemaal veel energie die we nog duurzamer in kunnen zetten dan wat we nu al doen.

# CONCLUSIE

In het laatste hoofdstuk heb ik het vooral gehad over de positieve algehele ontwikkelingen die we doormaken op dit moment. Het is heel interessant en inspirerend om in te zien dat we het als mensheid helemaal niet zo slecht doen. Toch denk ik dat de degrowth beweging een cruciale verandering is naar een toekomst waarin we gelukkig, gezond en samen met elkaar en de natuur kunnen leven. Een basisinkomen voor iedereen, belasting leggen op grondstoffen in plaats van op banen waardoor we meer zullen recyclen, duurzamer om zullen gaan met de aarde en iedereen een baan kan vinden .

Ik heb halverwege mijn onderzoek een manifest geschreven over hoe mijn ideale wereldbeeld eruit ziet. Deze wil ik ook graag met jullie delen.

Mijn levensdoel is altijd al geweest om de ander te helpen. Ik wil mijn kinderen en kleinkinderen achterlaten in een wereld waar de mens, dier en natuur in balans met elkaar leven.

Een wereld zonder vooroordelen, waar men kan zijn wie ze willen zijn.

Eén waarin we elkaar helpen en zien.

Waar we ieder ander kunnen vasthouden en los kunnen laten als dat nodig is.

Een wereld waarin ieder mens tot het beseft is gekomen dat we allemaal uniek en anders zijn, maar toch op de botten gelijk. We zijn allemaal mens.

Een wereld waarin persoonlijke groei boven economische groei staat.

Eentje waarin we worden aangenomen op onze kundigheid in plaats van hoe we eruit zien, waar de rijke zakenvrouw aan top dezelfde normen en waarden krijgt als de barman in het café om de hoek.

Een wereld waarin we ontwerpen vanuit een duurzaam perspectief.

Rekening houden met de impact en gevolgen van ideeën.

Waar in ontwerp wetenschappelijke onderzoeken toegankelijk maakt voor iedereen.

Een wereld waarin scholieren niet alleen leren over onze geschiedenis, maar ook over persoonlijke ontwikkeling en omgang met elkaar in de samenleving.

Een wereld waarin een basisinkomen voor iedereen is.

En een wereld waarin stilstaan en reflecteren belangrijker is dan vluchtig beslissen.

In mijn inleiding heb ik het subkopje positiviteit toegevoegd aan het rijtje van milieu, overconsumptie en *Information Overload*. Dit heb ik gedaan omdat ik vind dat het een belangrijke toevoeging is aan wat ik wil zeggen en wil overbrengen. Ik vind dat een positieve insteek belangrijk is en dat zie je ook heel mooi terug in het project *Positive Numbers* van Stefan Sagmeister.

Positiviteit is een gevoel wat we op dit moment nodig hebben, het is een bron van energie en kracht om door te gaan met wat we nu al hebben bereikt. En misschien ook een inspiratiebron om eindelijk een geheel andere richting in te gaan. Een andere indeling van onze maatschappij, die we als collectief bedacht hebben. We weten dat wat we nu hebben niet meer werkt, niet op de lange termijn tenminste. Verandering is eng, maar is nu wel nodig. Ik denk dat een vorm van positiviteit deze verandering ook makkelijker kan maken. Een positieve benadering en het inzicht van wat we al goed hebben gedaan is motiverend om op verder te werken voor een betere toekomst. Het geeft een doel, een haalbaar doel vooral. Ook als je kijkt naar wat we nu al behaald hebben, wat overigens eerst ook als onmogelijk werd gezien. We kunnen blinden laten zien, lammen kunnen weer lopen en uitgestorven diersoorten kunnen opstaan uit de dood.

Naast positiviteit vind ik ook dat we ver kunnen komen door middel van samenwerken. Ik ben tijdens het onderzoek zoveel interessante onderwerpen, meningen en visies van anderen tegengekomen. Door deze samenwerkingen, heb ik ook veel scherper mijn eigen visie en mening kunnen ontwikkelen.

Degrowth zie ik als een vorm van gezonde groei. Groeien is natuurlijk ook helemaal niet slecht, het is pas verkeerd als de groei voor altijd doorzet. Niets groeit voor altijd. En we kunnen in onze maatschappij wel groeien binnen de lijnen van het donut model waar Kate Raworth het over heeft. Je kan groeien in creativiteit, vrijheid, cultuur en samenwerkingskracht. We moeten weer tot het besef komen dat we niet het middelpunt van de aarde zijn, maar een onderdeel ervan.

En ik weet zeker dat een grafisch ontwerper hier een belangrijke rol in kan gaan spelen. In de laatste jaren ontwerpen we eigenhandig al steeds meer verschillende takken binnen ons vakgebied, en dat komt omdat we al het idee hebben dat dat moet en kan.

Als ontwerper kunnen we ingewikkelde informatie toegankelijk maken. Zoals het ontwerpen van de communicatie op belangrijke websites zoals bijvoorbeeld die van de belastingdienst of toeslagen.

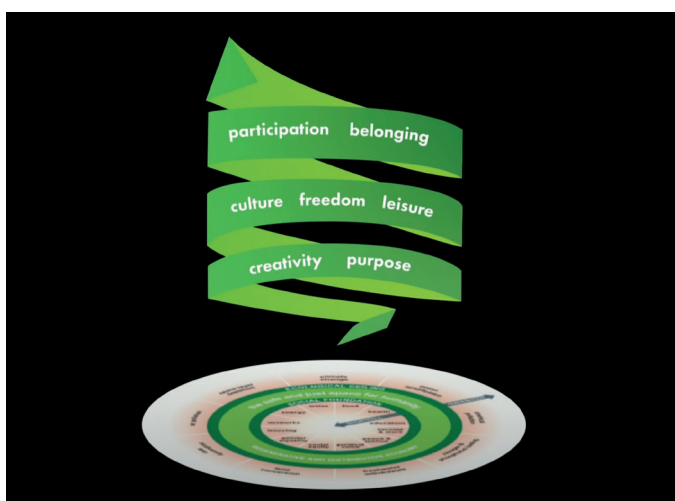
Onze rol is om die abstractie van technologie helder en duidelijk te maken. Je hoeft als burger natuurlijk niet alles te weten en veel onder-

werpen zijn interessant, maar ook belangrijk om te weten in de zin van; gezonde voeding, milieu, overconsumptie en cookies. Het lastige met dit soort onderwerpen is dat mensen niet gelijk kunnen inzien wat de impact ervan kan zijn, omdat het niet altijd visueel inzichtelijk gemaakt wordt. Hier kunnen ontwerpers een rol in spelen, en dat wordt al steeds meer gedaan.

In dit onderzoek is gezocht naar een antwoord op de vraag: “Wat is mijn rol als grafisch ontwerper in het behouden en besturen van positieve verandering?”

Uit het onderzoek blijkt dat de rol van een grafisch ontwerper belangrijk is op verschillende vlakken in de maatschappij voor een positieve toekomst. Aan het begin van mijn scriptie benoemde ik de snelheid van onze maatschappij en de oneindige economische groei. Dit zijn twee elementen waarvan ik vind dat we dat anders kunnen aanpakken. Als ontwerper kan ik hiervoor informatie communiceren en projecten opzetten om dichterbij het doel te komen van degrowth. Mensen aanmoedigen om mee te gaan in het besef van mogelijkheden binnen onze maatschappij. Dat alles collectief is bedacht door de mens en niks vast staat.

Ik kan als ontwerper de complexiteit van onderwerpen minimaliseren om zo overzichtelijkheid te creëren, en op deze manier een invloed uit te oefenen voor positieve veranderingen. Om zo stil te staan en te reflecteren op wat we hebben behaald en te bedenken hoe we het beste door kunnen bewegen. In evenwicht met de natuur en onze maatschappij.



Ancient symbols of dynamic balance. Opgehaald van: <https://www.youtube.com/watch?v=Rhrcbcg8HBw>

# BRONNENLIJST

## INLEIDING

**Bregman, R.** (2019). *De meeste mensen deugen*. (pp. 66-75). De Correspondent. Geraadpleegd op 3 mei 2021

**Havermans, O.** (2020, November 9). *Economische groei maakt weinigen gelukkig en veel kapot*. Opgehaald van Trouw: <https://www.trouw.nl/duurzaamheid-natuur/economische-groei-maakt-weinigen-gelukkig-en-veel-kapot~b35776af/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F> Geraadpleegd op 3 mei 2021

**AD redactie.** (2020, maart 21). *Natuur herovert Venetië: Helderblauw water, vissen en broedende eenden in het midden van de stad*. Opgehaald van AD: <https://www.ad.nl/buitenland/natuur-herover-venetie-helderblauw-water-vissen-en-broedende-eenden-in-het-midden-van-de-stad~adacdc66/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F> Geraadpleegd op 23 maart 2021

**RTL nieuws redactie.** (2020, maart 1). *China ademt schonere lucht (en dat komt door het coronavirus)*. Opgehaald van RTL nieuws: <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/buitenland/artikel/5040226/industrie-schone-lucht-china-coronavirus-stikstofdioxide> Geraadpleegd op 23 maart 2021

**Main, D.** (2020, mei 6). *In deze gebieden kwamen wilde dieren terug - ver vóór de pandemie*. Opgehaald van National Geographic: <https://www.nationalgeographic.nl/dieren/2020/05/deze-verlaten-gebieden-kwamen-wilde-dieren-terug-ver-voor-de-pandemie> Geraadpleegd op 23 maart 2021

**Verhaeghe, P.** (2020). *Houd me vast, raak me aan*. (pp. 39-68). Amsterdam: De bezige bij. Geraadpleegd in Oktober 2020

**Auteur onbekend.** Opgehaald van Encyclo: <https://www.encyclo.nl/begrip/infobesitas> Geraadpleegd op 3 mei 2021

**BUROBRAAK** (2021). Opgehaald van: <https://www.burobraak.nl> Geraadpleegd op 3 mei 2021

**Auteur onbekend.** Opgehaald van Degrowth: <https://www.degrowth.info/en/what-is-degrowth/> Geraadpleegd op 3 mei 2021



## INTERMEZZO

# DE-GROWTH

**Cassidy, J.** (2020, februari 3). *Can we have prosperity without growth*. Opgehaald van New Yorker: <https://www.newyorker.com/magazine/2020/02/10/can-we-have-prosperity-without-growth>  
Geraadpleegd op 5 mei 2021

**Research and Degrowth (R&D).** (2021). Opgehaald van Degrowth: <https://degrowth.org> Geraadpleegd op 5 mei 2021

**Auteur onbekend.** *A history of degrowth*. Opgehaald van Degrowth: <https://www.degrowth.info/en/a-history-of-degrowth/>  
Geraadpleegd op 5 mei 2021

**Weijts, C. & Helming, A. & Instituut van Kunst en Kritiek.** (2020). *Kunst en Crisis 1-7*. Nederland: Instituut voor Kunst en Kritiek.  
Geraadpleegd in September 2020

## HOOFDSTUK 1

# MILIEU

**Rebellion, E.** (2020). *Nu het nog kan.* (pp. 8-14). Amsterdam: De bezige bij. Geraadpleegd op 28 april 2021

**Milieu Centraal redactie.** *Wat is het broeikaseffect.* Opgehaald van Milieu Centraal: <https://www.milieucentraal.nl/klimaat-en-aarde/klimaatverandering/wat-is-het-broeikaseffect/>  
Geraadpleegd op 7 mei 2021

**Rijksoverheid.** *Klimaatbeleid.* Opgehaald van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/klimaatverandering/klimaatbeleid>  
Geraadpleegd op 7 mei 2021

**Auteur onbekend.** (2018, augustus 13). *Bespaar inkt met deze milieuvriendelijke lettertypes.* Opgehaald van Greengiving: <https://www.greengiving.nl/blogs/bespaar-inkt-met-deze-milieuvriendelijke-lettertypes#>  
Geraadpleegd op 12 mei 2021

**Kruk, M.** (2021, maart). *Een crisis is ook altijd een kwestie van verbeelding.* Filosofie magazine. Geraadpleegd op 28 april 2021

**Janse, D.** (2021, mei 14). *Scriptie PositiviTJD.* (L. Damstra, Interviewer)

**Janse, D.** *Deltares - sustainable farming project.* Opgehaald van: <http://dirmajanse.nl/work/deltares-sustainable-farming-infographic/>  
Geraadpleegd op 12 mei 2021

## HOOFDSTUK 2

# OVERCONSUMPTIE

**MT/sprout.** (2019, oktober 21). *Geef klanten een beleving door te voelen, proeven, horen of ruiken*. Opgehaald van MT/sprout: <https://mtsprout.nl/partners/bijdrage/geef-klanten-een-beleving-door-te-voelen-proeven-horen-ruiken> Geraadpleegd op 13 mei 2021

**Walgien, N.** (2020, juli 24). *Waarom jij niet de baas bent over je eigen koopgedrag*. Opgehaald van Vpro: <https://www.vpro.nl/programmas/tegenlicht/lees/artikelen/2020/weerstand-verleiding-consumptiemaatschappij.html#> Geraadpleegd op 13 mei 2021

**Raworth, K.** (2013-21). *Exploring doughnut economics*. Opgehaald van: <https://www.kateraworth.com> Geraadpleegd op 13 mei 2021

**TED.** (2018). *A healthy economy should be designed to thrive, not grow* / Kate Raworth [Film]. Opgehaald van: <https://www.youtube.com/watch?v=Rhrcbcg8HBw> Geraadpleegd op 13 mei 2021

**Bregman, R.** (2019). *Gratis geld voor iedereen*. (pp. 9-29). De Correspondent. Geraadpleegd op 14 mei 2021

**Rtv Noord redactie** (2021, februari 12). *Maria Kojck maakt kunstproject met afval van eigen operatie*. Opgehaald van Rtv noord: <https://www.rtvnoord.nl/nieuws/788870/Maria-Kojck-maakt-kunstproject-met-afval-van-eigen-operatie> Geraadpleegd op 15 mei 2021

**Zhou, F.** (Regisseur). (2020). *Florence Zhou Final Film* [Film]. Opgehaald van: <https://vimeo.com/436816315> Geraadpleegd op 15 mei 2021

**What design can do.** (2021). *No waste challenge*. Opgehaald van: <https://nowaste.whatdesigncando.com/projects/> Geraadpleegd op 15 mei 2021

**Loos, M.** (2021). *Clothed Loop*. Opgehaald van What design can do: <https://nowaste.whatdesigncando.com/projects/clothed-loop/> Website van de ontwerpers: <https://clothedloop.org> Geraadpleegd op 15 mei 2021

## HOOFDSTUK 3

# INFORMATION OVERLOAD

**Bregman, R.** (2019). *Gratis geld voor iedereen*. (pp. 9-29). De Correspondent. Geraadpleegd op 14 mei 2021

**Sagmeister, S.** (2021). *Beautiful Numbers*. Opgehaald van: <https://www.sagmeister.com/work/beautiful-numbers/>  
Geraadpleegd op 16 mei 2021

**Voogd, T.** (2019, januari 24). *Cookies accepteren: waar ga je eigenlijk mee akkoord?* Opgehaald van Pricewise: <https://www.pricewise.nl/blog/cookies-accepteren/> Geraadpleegd op 15 mei 2021

**Janssen, J.** (2019). *0.0146 seconds*. Opgehaald van: <https://www.julia-janssen.nl/oneclick.html> Geraadpleegd op 15 mei 2021

**Dutch Data Association.** (2018, november 16). *Tweede kamer erkent potentie datacenter restwarmte: BENG-motie neemt belangrijke drempel weg*. Opgehaald van Emerce: <https://www.emerce.nl/wire/tweede-kamer-erkent-potentie-datacenter-restwarmte-bengmotie-neemt-belangrijke-drempel-weg> Geraadpleegd op 16 mei 2021

**IEA.** (2021, maart 25). *Global trends in internet traffic, data centre workloads and data centre energy use, 2010-2019*. Opgehaald van IEA: <https://www.iea.org/data-and-statistics/charts/global-trends-in-internet-traffic-data-centre-workloads-and-data-centre-energy-use-2010-2019> Geraadpleegd op 16 mei 2021

**Auteur onbekend.** (2020, januari 29). *Restwarmte van datacenters: dit zijn de grote vraagstukken*. Opgehaald van Duurzaam gebouwd: <https://www.duurzaamgebouwd.nl/artikel/20200129-restwarmte-van-datacenters-dit-zijn-de-grote-vraagstukken>  
Geraadpleegd op 16 mei 2021

**Crawford, K.** *Kate Crawford, Atlas of AI*. Opgehaald van: <https://katecrawford.net> Geraadpleegd op 16 mei 2021

**Crawford, K. & Joler, V.** *Anatomy of an AI system*. Opgehaald van: <https://anatomyof.ai> Geraadpleegd op 16 mei 2021

# CONCLUSIE

**Rewalk.** (2021). Opgehaald van Rewalk: <https://rewalk.com>  
Geraadpleegd op 16 mei 2021

**Sight, S.** (2019). *Argus II*. Opgehaald van Second sight: <https://second-sight.com/discover-argus/> Geraadpleegd op 16 mei 2021

**Wales, University of New South.** (2013, maart 15). *Lost frog DNA revived*.  
Opgehaald van Phys: <https://phys.org/news/2013-03-lost-frog-dna-revived.html> Geraadpleegd op 16 mei 2021

