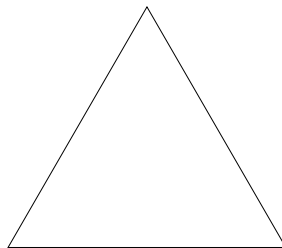


Samenvatting

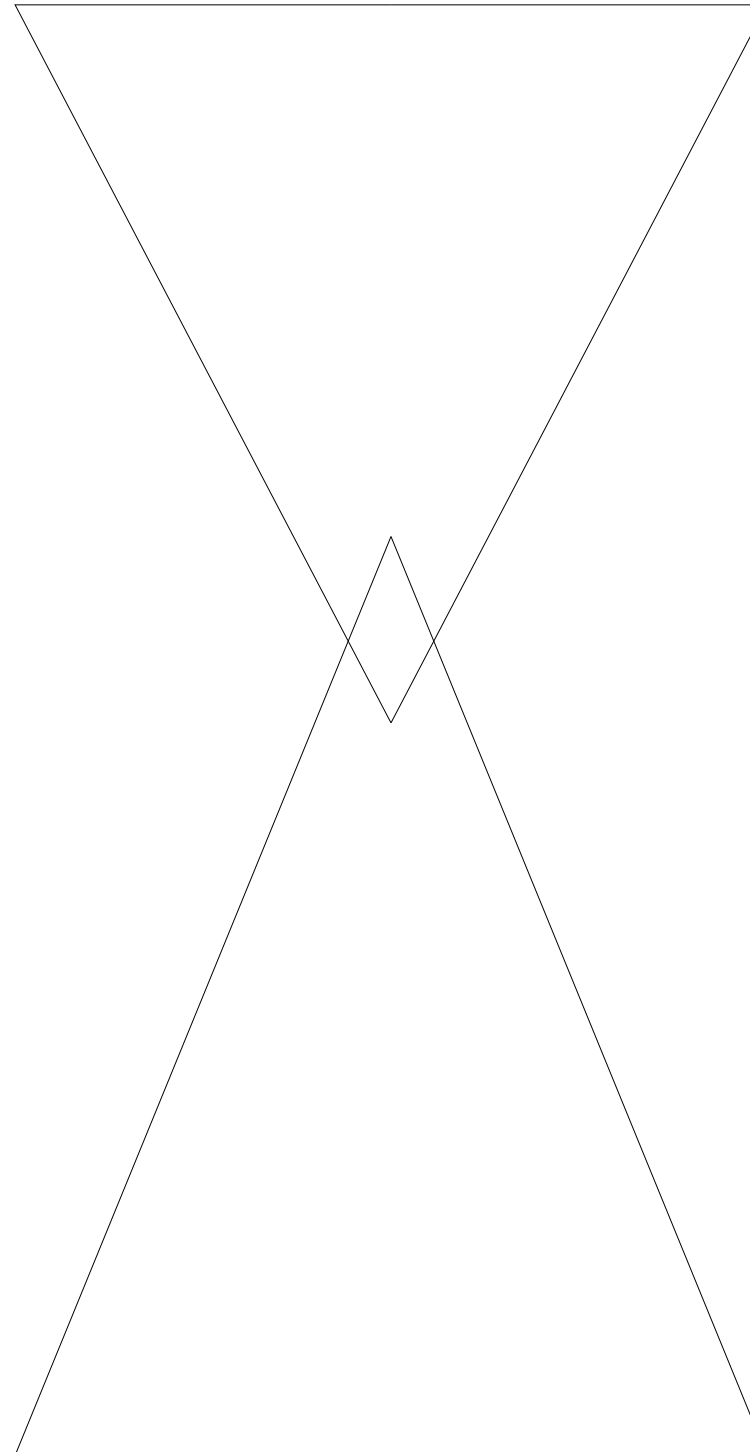


De context

Transformatie

Als je je wilt manifesteren als maatschappelijk betrokken ontwerper is het in mijn optiek van belang om inzicht te hebben de veranderende maatschappelijke omgeving waarin je opereert. Je maatschappelijke kader is tegelijkertijd je bron en je context. Aan de ene kant wil je een bijdrage leveren aan onderwerpen die zich binnen de huidige en toekomstige 'Zeitgeist' aandienen, tegelijkertijd zijn maatschappelijke ontwikkelingen van invloed op jou als ontwerper, je manier van werken en op de ontwerpmentaliteit in het algemeen. Zo vraagt het huidige maatschappelijke kader - gekatalyseerd door de economische crisis - steeds meer autonoom auteurschap van de ontwerper. Er ontstaat in de ontwerpsector een meer aanbodgestuurde, pro-actieve mentaliteit in plaats van een vraaggestuurde opdrachtafhankelijkheid. Daarmee neemt ook de neiging tot samenwerking met en uitwisseling tussen verschillende disciplines binnen de creatieve sector toe, denk aan open design, co-design, crowdfunding en crowdsourcing. Niet alleen vanwege economische prikkels, maar ook omdat ontwerpers de meerwaarde van interdisciplinaire samenwerking herontdekken.

Deze ontwikkelingen in de ontwerpsector manifesteren zich tegen de achtergrond van vergelijkbare maatschappelijke trends. Zoals die van een groeiende zelfverantwoordelijkheid, die zich uit in verschillende burgerinitiatieven, gericht op delen, verbinding en lokale netwerken. Kortom, de ontwerppraktijk en maatschappelijke context staan in dynamische wisselwerking tot elkaar: het één kan het ander versterken, stimuleren, katalyseren en vice versa.



De geschetste ontwikkelingen illustreren de overgang naar een 'sustainistische' maatschappij, waarin waarden als openheid, uitwisseling en behoefte aan menselijke maat steeds belangrijker lijken te worden als reactie op de über-individualisering, -industrialisering, -globalisering en -technocratisering. Sustainisme gaat dus verder dan 'groen'. Het gaat in het huidige tijdperk niet meer zozeer om 'make it new' (modernisme) of 'use it' (post-modernisme), maar om 'revitalize it' (sustainisme). Daarmee verandert ook de maatschappelijke ontwerpbehoefte. Er lijkt meer behoefte te ontstaan aan ontwerp dat zich richt op immateriële ervaringen dan aan materiële producten als doel op zich.

Analoog aan deze veranderende ontwerpbehoefte, verschuift de meer traditionele, productgeoriënteerde, ontwerpbenadering naar 'ontwerpen met een bepaalde bedoeling'. Zoals ontwerpen voor verbinding of voor duurzaamheid. Van 'design' naar 'design thinking': een ontwerpbenadering waarbij de mens centraal staat, gericht op een impact die dieper gaat dan een decoratieve oppervlakkigheid. Dus ook 'duur'-zamer?

Mijn stelling is dat sociale verandering begint bij het individu en dus bij individueel gedrag en de individuele mentaliteit. Bevestigd door verschillende praktijkvoorbeelden is mijn overtuiging dat deze individuele veranderingen als een olievlek kunnen uitvloeien tot de kracht van het collectief.

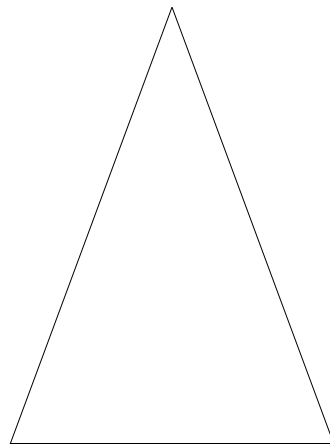
Mijn hypothese is dat de impact van een ontwerp voor gedragsverandering aan kracht en 'duurzaamheid' wint, als je gedragswetenschappelijke inzichten inzet als inhoudelijk en richtinggevend toetsingskader voor je ontwerpbeslissingen.

Onderzoek als ontwerpfundament

Motivational design is dan in mijn optiek een interessante ontwerpstrategie, omdat daarbij sprake is van een kruisbestuiving tussen ontwerp enerzijds en gedrags- en leertheorieën anderzijds. Maar hoe nobel de intenties ook mogen zijn voor sociale (gedrags)verandering, toch zijn er ook kanttekeningen te plaatsen bij dit 'motiverend ontwerpen'. Allereerst de ethische aspecten: wanneer spreek je bijvoorbeeld van het relatief neutrale 'faciliteren' of 'motiveren' en wanneer van het meer paternalistische 'manipuleren' of 'overtuigen'? Tussen deze uitersten bevindt zich een grijs gebied dat je als ontwerper steeds zult moeten toetsen aan je eigen ethische waarden. En hoe kun je vanuit een bepaalde waardeoriëntatie ontwerpen, zonder deze aan anderen op te dringen? Een tweede voorbehoud gaat over de meetbaarheid van de (duurzaamheid van de) impact van je ontwerp. Als het gaat om gedragsverandering - en zeker als het gaat om onzichtbare 'houding- en bewustzijneffecten' - blijkt verandering niet altijd makkelijk vast te stellen. Dat geldt zowel voor de korte termijn, als voor de langere termijn. En als er al een verandering geconstateerd kan worden, is het de vraag in hoeverre jouw ontwerp daaraan heeft bijgedragen.

Bovenstaande argumenten pleiten niet bepaald in het voordeel van ontwerpen voor sociale verandering; er zitten wel wat haken en ogen aan. Dus waarom zou je het dan toch proberen?

Omdat uit onderzoeken ook blijkt dat als je inzet op het triggeren van de 'intrinsieke motivatie' en wegnemen van belemmeringen voor behouden of veranderen van gedrag, je wel degelijk verschil kunt maken. Aan effectief ontwerp ligt in mijn optiek dan ook wetenschappelijke kennis ten grondslag: je moet de spelregels kennen om het spel goed te kunnen spelen. Tegelijkertijd blijft voorzichtigheid geboden; sociale wetenschap is geen exacte wetenschap. Desalniettemin pleit ik voor een onderzoek-gebaseerde ontwerpbenadering: van 'design thinking' naar 'research-thinking'.



Ontwerpen voor intrinsieke motivatie

Uit onderzoek blijkt dat 'autonomie', 'uitdaging' en 'betekenis' drie universele basisbehoeften zijn, die de peilers vormen onder structurele gedragsverandering. Met andere woorden, als je een 'duurzame' impact wil bewerkstelligen met je ontwerp, is het van belang deze drie kernbehoeften als uitgangspunten te nemen voor je ontwerpcriteria.

Participatie en gamificatie en zijn voorbeelden van ontwerpstrategieën die aan deze criteria voldoen: actieve deelname aan het ontwerp(proces) triggert betrokkenheid, het gevoel van autonomie en van-betekenis-zijn. Je zou kunnen zeggen dat met het inzetten van spelelementen en speltechnieken in het dagelijks leven, de status van (extrinsiek) 'moeten' kan veranderen in die van (intrinsiek) 'willen'. Daarmee is gamificatie in mijn optiek dus een kansrijke aanpak om de kloof tussen gedragintentie en daadwerkelijk gedrag te overbruggen.

Kortom, een ontwerpbenadering gebaseerd op gedragswetenschappelijke inzichten is in mijn ogen sterk aan te bevelen als je wilt ontwerpen voor een fundamentele bijdrage aan een sustainistische samenleving, waarin naast ecologische duurzaamheid, ook waarden als verbinding, lokaliteit, delen en proportionaliteit centraal staan.

Het 'duurzame' palet van de motivational designer blijkt rijker dan 50 tinten groen.

