

Onderzoek, concept ontwikkeling en concept voorstellen

Team 5:
Berend Kalberg
Didi Zhou

Calvin Tentua
Charlie Souisa
Stef Rullens

Zuid-Holland
27 maart 2020

Debriefing

Bewustwording creëren rondom 'Social Cooling' en mensen laten nadenken over digitale vrijheid door middel van een interactieve installatie die door de mensen op Bevrijdingsfestival ervaren kan worden.

Team 5

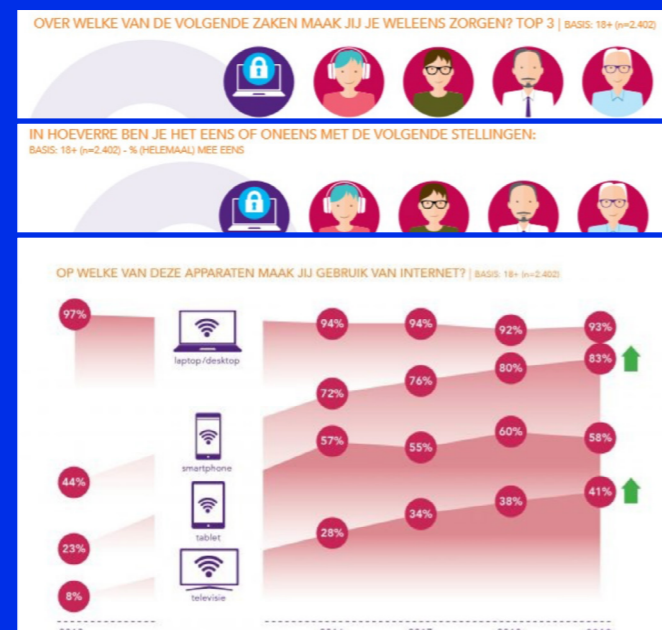
Ons team bestaat uit vijf leden waarvan twee van de opleiding CMGT en drie van de opleiding CMD. We bundelen de krachten en kennis van beiden opleidingen samen om tot een creatieve oplossing te komen voor het probleem. Elk teamlid heeft ook zijn eigen rol waar hij zich op zal focussen tijdens dit project.

Planning

De eerste weken stond in het kader van onderzoek en conceptontwikkeling met als resultaat drie concept voorstellen. Met één van deze concepten zullen wij vervolgens door gaan met prototypen en realiseren.

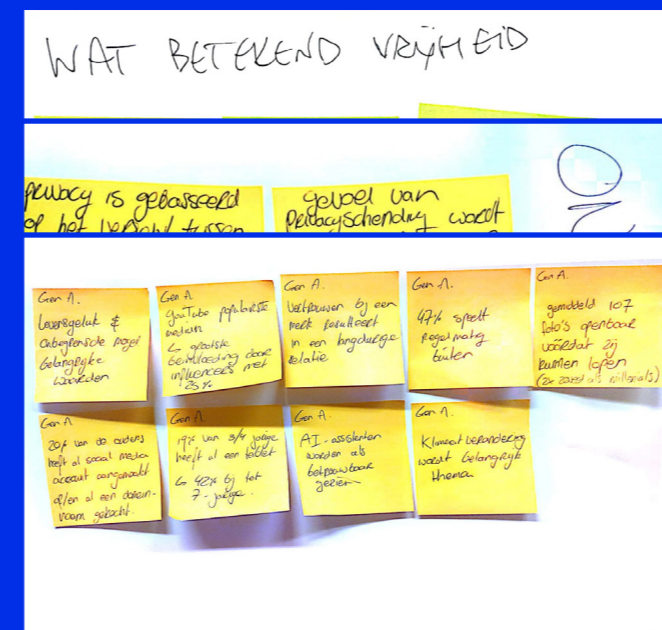
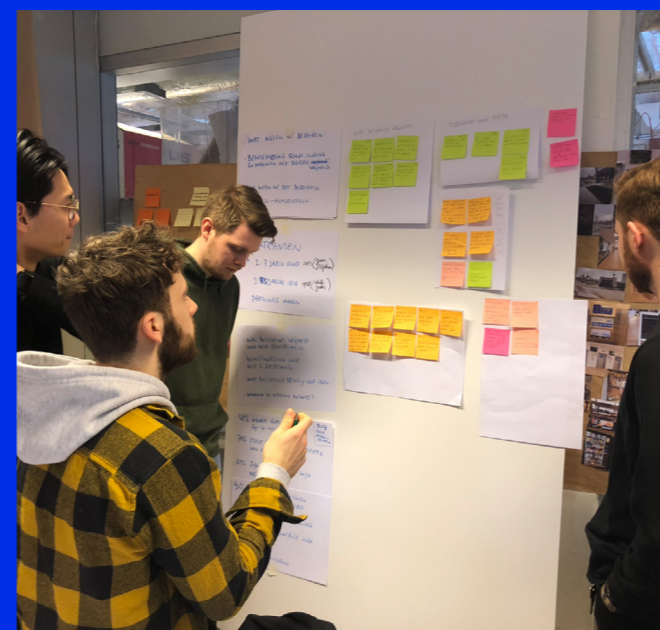
1. Onderzoek

Het onderzoek hebben we opgesplitst in twee onderdelen. Een algemeen onderzoek over verschillende onderwerpen en daarnaast hebben we ook een doelgroep onderzoek gedaan waarbij we hebben gekeken naar twee extremen: 80 jarige opa en een 7 jarig kind.



2. Belangrijkste inzichten

Vervolgens zijn we met team gaan kijken naar de belangrijkste inzichten en hebben we verbanden getrokken. We hebben onszelf afgevraagd waar de rode draad licht en wat voor ons interessant is om mee te nemen in het ontwikkelen van concepten.



3. Thema's

Uit het onderzoek zijn drie interessante thema's gekomen waar wij op kunnen brainstormen voor concepten. Deze zijn:

1. Invisible → Visible*
2. Klimaatverandering
3. Jong & oud inleven

* Invisible → visible is de belangrijkste thema. Uit het onderzoek is namelijk gebleken dat de informatie stroom niet goed zichtbaar is voor de mensen. Dit maakt het daarom moeilijk om in te schatten wat de kwaliteit is van digitale privacy. We ervaren online geen onveiligheid, omdat de online omgeving gebaseerd is op gebruiksvriendelijkheid.

4. Ontwerp criteria

Vanuit de opdrachtgever:

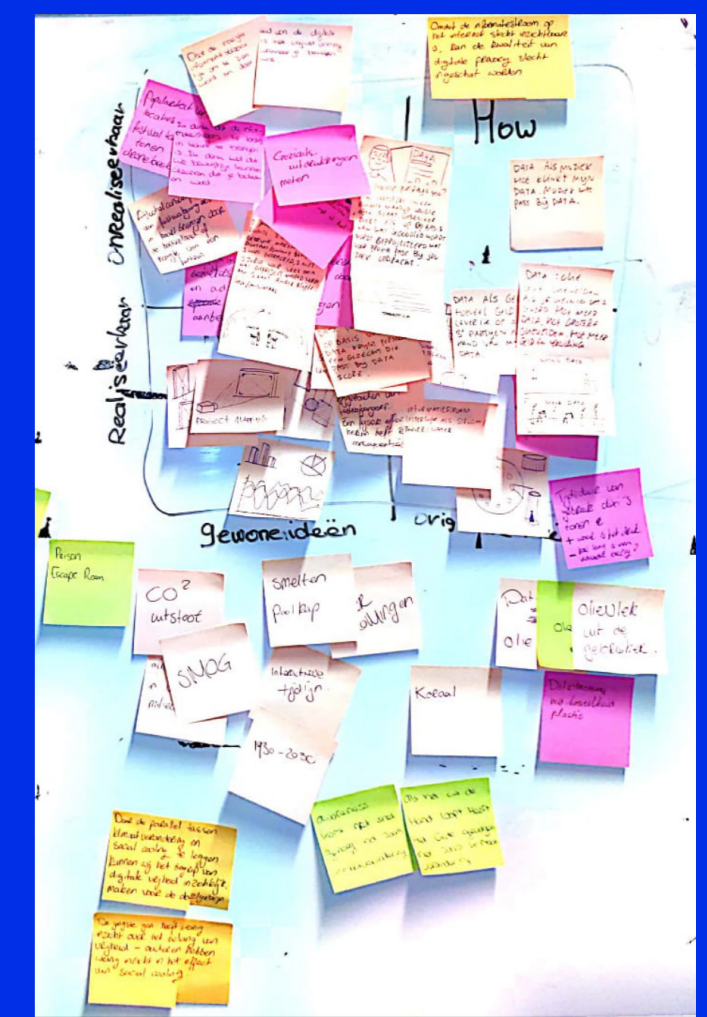
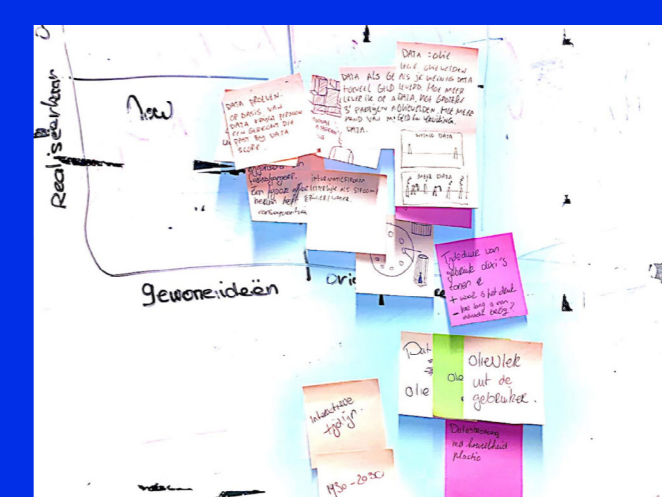
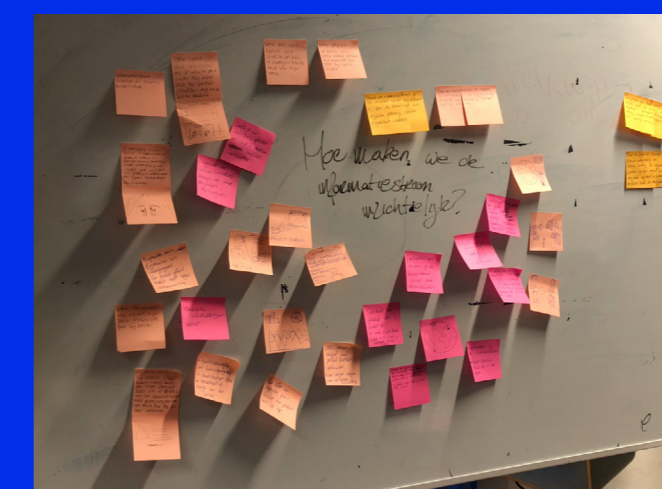
- **Installatie moet bewustwording creëren**
- **Projection mapping als tool**
- **Installatie in gesloten ruimte**

Vanuit ontwerp:

- **Transparantie, niet zichtbaar = niet bewust**
- **Interactie zorgt voor zichtbaarheid**
- **Het moet luchtig zijn voor de gebruiker**

5. Conceptontwikkeling

Door middel van creatieve technieken hebben wij op basis van de thema's en ontwerp criteria concepten bedacht en geselecteerd. Hierbij hebben wij de insight statements per thema telkens omgedraaid tot een vraag. Hoe kunnen wij de informatiestroom zichtbaar maken? Hoe kunnen wij jong en oud zicht in elkaar laten inleven?. Deed heeft geleid tot een veelvoud aan concepten die we daarna weer geselecteerd hebben op basis van hoe origineel en hoe haalbaar de concepten zijn. De laatste stap was de overige concepten naast onze ontwerp criteria houden om te kijken welke concepten het best aansloten met als resultaat drie concepten.

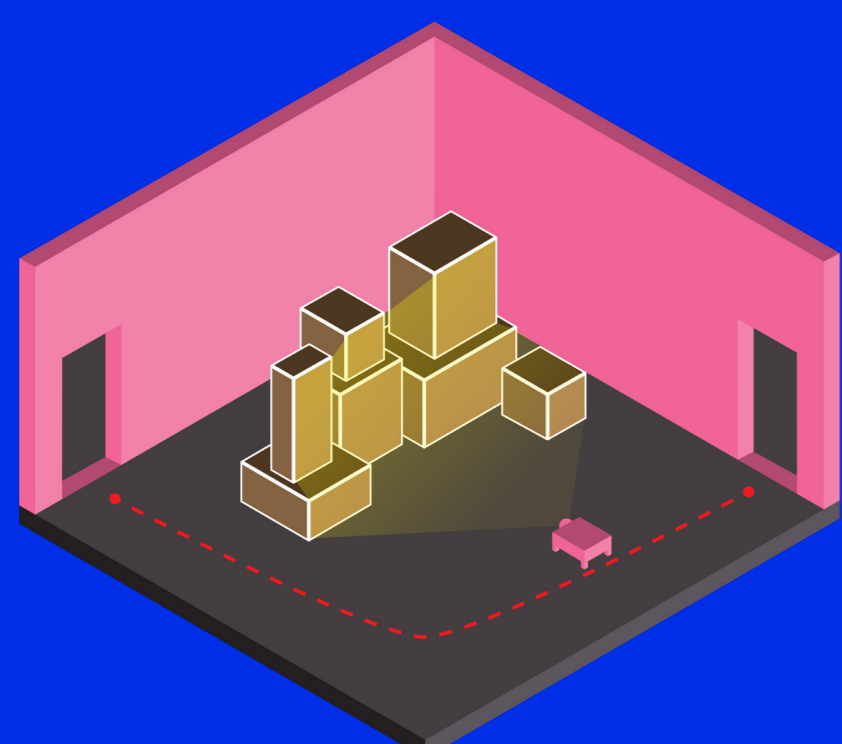


Concept 1: My Data Dossier

Bij My Data Dossier wordt er van de gebruiker informatie verzameld van zijn digitale voetstappen. Dit dossier laten we vervolgens aan de gebruiker zien door te project mappen op verschillende boxen die in de ruimte van de installatie staan. Daarnaast printen we dit dossier ook fysiek uit in een ontworpen format. Aan het einde van de experience wordt het aan de gebruiker overhandigt. Hierdoor maken we de gebruiker bewust van de onzichtbare digitale wereld,

door het zowel ruimtelijk als fysiek zichtbaar te maken.

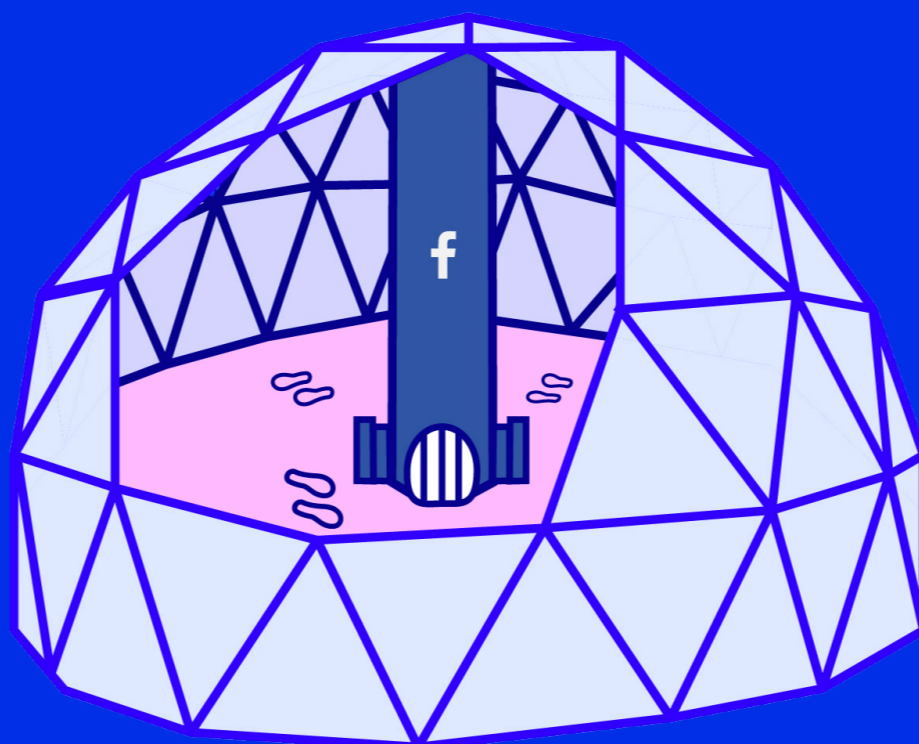
We vragen toestemming van de gebruikers Google account. Hieruit halen wij informatie om zijn of haar digitale voetstappen te visualiseren. We kunnen hiermee informatie verzamelen zoals de Common routes, recente zoektermen, browser geschiedenis en apps, browsers en apparaten die je gebruikt voor Google-services.



Concept 2: Data Phishing

Binnen dit concept wanen de gebruikers zich in een omgeving waarin zij op visuele manier zien hoe hun meta-data wordt verzameld. Binnen de installatie begeven zij zich op een oceaanbodem waarbij iedere stap die zij zetten hun meta-data wordt opgezogen door grote centrale pijpen. Op de oceaanbodem zien zij ook koraalriffen, wanneer zij zich hier bevinden merken ze dat er geen meta-data meer wordt verzameld.

De installatie staat als metafoor voor het digitale leven van de gebruiker waar grote bedrijven en overheden hun meta-data verzamelen maar ze hiervoor veilig zijn wanneer ze zich weten te verschuilen, bijvoorbeeld door het gebruik van een VPN.



Concept 3: Data = Olie

Bij Data = Olie wordt de gebruiker (één tegelijk) uitgenodigd om een spel te spelen. Een spel waarbij hem of haar gevraagd wordt om op een computer digitaal te surfen, het kan gezien worden als een interactieve formulier waarbij de keuzes die de gebruiker maakt bepalen wat er geprojecteerd wordt.

In een aantal stappen surft de gebruiker zoals gewoonlijk online, echter geven wij nu de keuzes aan de gebruiker. Ga je wel of

niet akkoord met de cookies? Kies je google, yahoo, duckduckgo? Log je wel of niet in met een account? Allemaal keuzes die je wellicht onbewust thuis ook maakt, maar waar wij je nu vragen om goed over na te denken voordat je beslist. Laat je uiteindelijk een grote digitale spoor achter van data, dan raken jouw wereld vol met boorputten, afval en flinke rook wolken. Beweeg je digitaal zonder teveel data achter te laten, project map jij een schoon gebied waar mooi natuur te ervaren is.

