

Design Rationale

Bert Koomen - Eva van Bakel - Quinty Voorn

Michel Alders



Inhoudsopgave

Inleiding	3
Probleemsituatie	3
Design Challenge	5
Deelvragen Methode	5
Onderzoeksmethode	6
Enquete	6
Designerly Methode	7
SD Methods	10
Stakeholder Map	11
Marrons	12
Interviews	13
Concept	14
Conclusie	19



Inleiding

Wij zijn Eva, Bert en Quinty. Wij zijn bezig met onze minor Service Design. In opdracht van het Nationaal Archief in Den Haag gaan we een digitaal of fysiek product ontwerpen dat buiten de muren van het Nationaal Archief om komt te staan met als doel om de doelgroep vanuit een ander perspectief naar kaarten te laten kijken.

Wij hebben gekozen om ons te richten op koloniale kaarten. In dit document kunt u meer lezen over onze doelgroep, onderzoeksresultaten, bevindingen en uiteindelijk het concept.

Voor inzichten en meer diepgang in onze keuzes en onderzoek verwijzen wij u naar onze Product Biografie.

https://docs.google.com/document/d/1l-6OKyoDOX-6Rb-52TDjEaN-NBn25ngGzc_JRHUgdYKCc/edit#heading=h.xaghr37og2iy

Probleemsituatie

Onze opdrachtgever is het Nationaal Archief. Wij hebben als opdracht van hun gekregen om jongeren tussen de 20 en 25 jaar oud met een ander perspectief naar kaarten te laten kijken. Het Nationaal Archief heeft heel veel kaarten en archiefstukken in hun bezit die tot honderden jaren terug dateren die zij graag willen tentoonstellen. Zij zijn er wel erg bewust van dat deze kaarten/archiefstukken een eenzijdig perspectief bieden op de koloniale periode. Zij willen hier graag wat aan doen en wij willen hun daarbij helpen.

Project richting

Binnen het project hebben wij ervoor gekozen om ons te richten op de koloniale kaarten. Helaas is het nou eenmaal zo dat de koloniale kaarten gemaakt zijn vanuit een westers perspectief en dus een eenzijdig verhaal vertellen. Wij hebben alledrie een link met het slavernij verleden vanwege onze Surinaamse achtergrond en het is daarom ook een onderwerp dat dichtbij ons staat. Wij vinden het belangrijk om met dit project een ander perspectief op kaarten te bieden en de verhalen van mensen te vertellen die helaas vaak nog vergeten worden. We willen Surinaamse jongeren inspireren om meer over hun eigen achtergrond te willen leren en dat er meer bewustwording wordt gecreeert over het koloniale verleden van Nederland. Wij gaan ons tijdens dit project focussen op de Surinaamse marrons: hoe zij zijn ontstaan en hoe de marrons nu nog steeds een belangrijke groep zijn.

Doelgroep

Wij hebben als doelgroep jongeren met een **Surinaamse** achtergrond tussen de **20-25** jaar oud.

Wij hebben deze doelgroep gekozen omdat deze groep het dichtst bij ons product staan. Wij willen hun bewust maken van hun geschiedenis en willen we ze aansporen meer over hun eigen geschiedenis te achterhalen bij het Nationaal Archief . Uiteindelijk willen we voor hen ontwerpen omdat het hun verhaal is, maar ons product is uiteindelijk voor iedereen die meer wil leren over de marrons en geïnteresseerd is in de verhalen die worden verteld.



Design Challenge

"Hoe kunnen we jongeren tussen de 20 en 25 jaar met een Surinaamse achtergrond, aan de hand van oude kaarten en een digitaal product, bewust maken van het feit dat koloniale kaarten een eenzijdig perspectief bieden en hen inspireren om meer over hun eigen achtergrond te leren?"



Deelvragen

Vraag 1 | Methodes: survey, interview, day in the life
Doelgroep

Wie is onze doelgroep?

Vraag 2 | Methodes: desk research, interviews
Context

Wie zijn de marrons?

Vraag 3 | Methodes: expert interview, desk research & interview
Context

Hoe zit het verleden van de Nederlandse kolonien in elkaar?

Vraag 4 | Methodes: survey, interview & A/B Testing
Context

Hoe kunnen we bewustwording creëren onder de jongeren over het Nederlandse kolonialisme?

Vraag 5 | Methodes: survey & interview
Context

Hoe ligt de interesse bij de doelgroep tot het onderwerp kolonialisme?

Vraag 6 | Methodes: interviews, survey & desk research
Product

Welke fysieke en digitale producten zijn er op dit moment die onze doelgroep gebruikt?

Vraag 7 | Methodes: interview, desk research
Product

Wat zijn de verhalen van marrons verteld door nabestaanden die wij willen vertellen?

Onderzoek

Enquete

Om een idee te krijgen van wie de doelgroep is en om te kijken hoe hun kennis is omtrent kaarten en het koloniale verleden hebben we enquetes opgestuurd naar 73 mensen uit de doelgroep. Dit hebben we gedaan via WhatsApp. We hebben de enquete naar vrienden doorgestuurd en gevraagd of zij deze ook weer door willen sturen naar andere mensen die zij kennen.

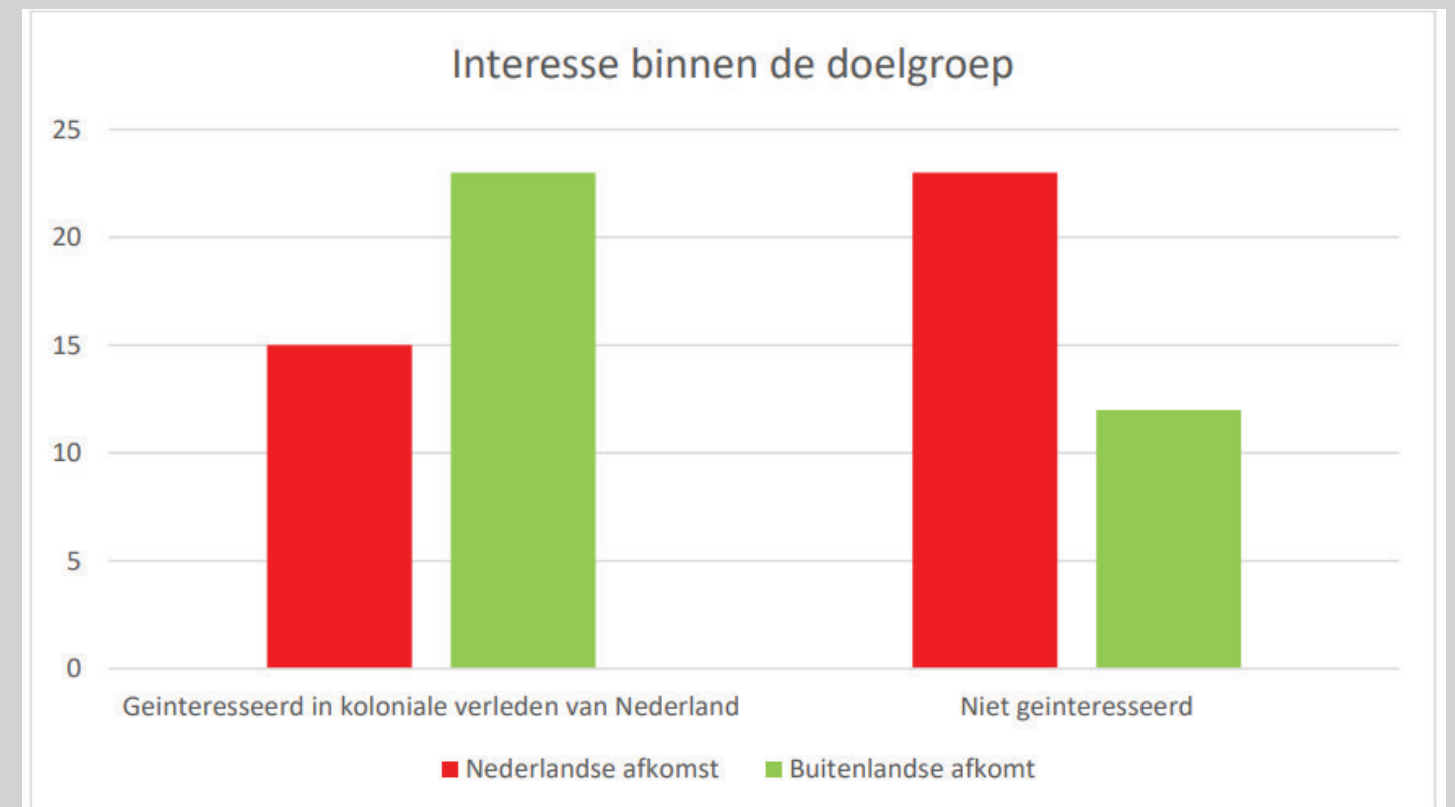
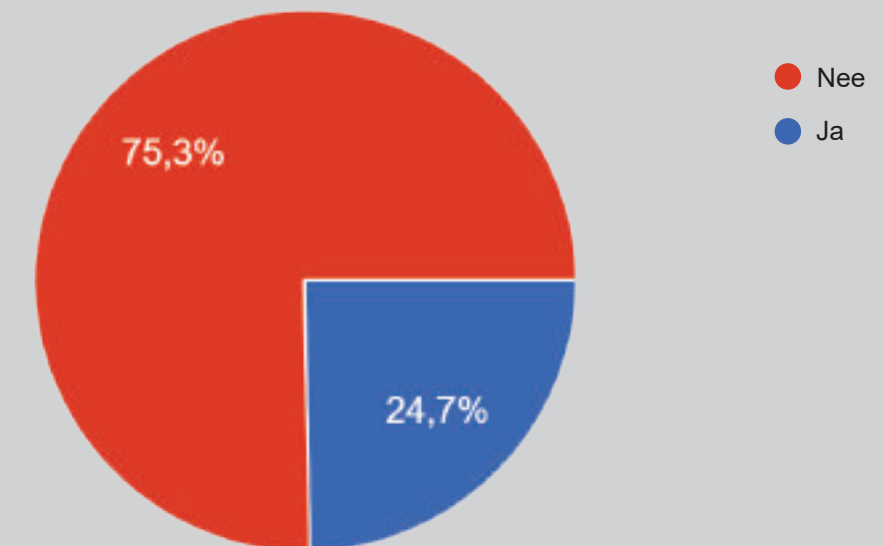
Omdat we in opdracht werken voor het Nationaal Archief wilde we weten of de doelgroep af weet van hun bestaan. Ook wilde we weten of ze interesse hebben in koloniale kaarten en op welke manier ze op dit moment kaarten gebruiken. Ook hebben we ze een koloniale wereldkaart laten zien en gevraagd wat hen opviel.

Verder hebben we gekeken naar het verschil tussen de interesse in het koloniale verleden van Nederland tussen jongeren met een Nederlandse afkomst en tussen jongeren met een buitenlandse afkomst. We zagen hieruit duidelijk dat de interesse hoger ligt bij jongeren met een buitenlandse afkomst. Daarom hebben wij ook besloten op deze interesse in te spelen en ons te focussen op jongeren met een buitenlandse afkomst. Later hebben we dit gespecificeerd naar Surinaamse jongeren.

Aan de rechterkant ziet u twee grafiekjes met de data waar we het meeste aan hebben gehad voor ons project en waar we op door gaan spelen.

Heb je ooit van het Nationaal Archief gehoord?

73 antwoorden

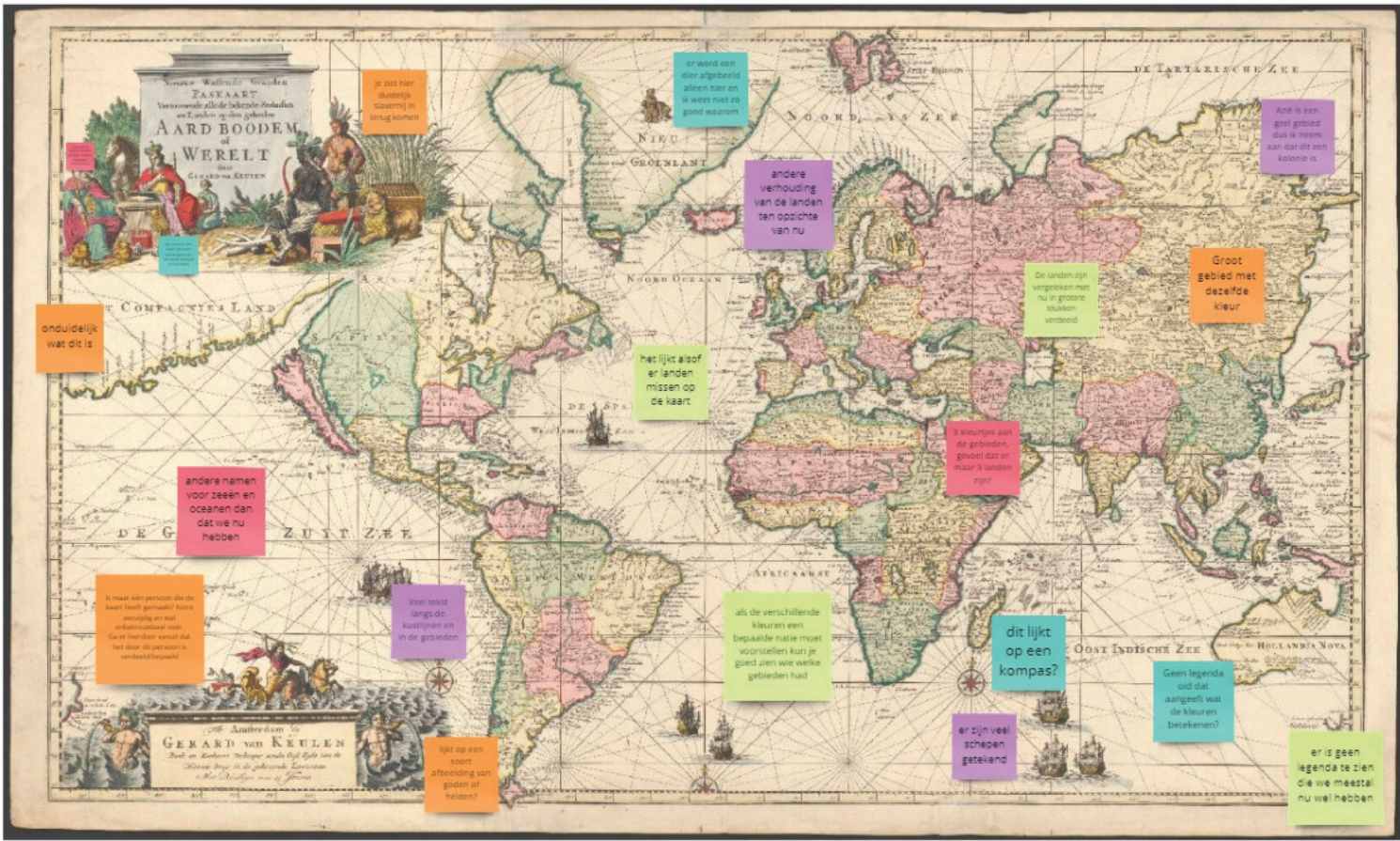


Onderzoek

Designerly Method

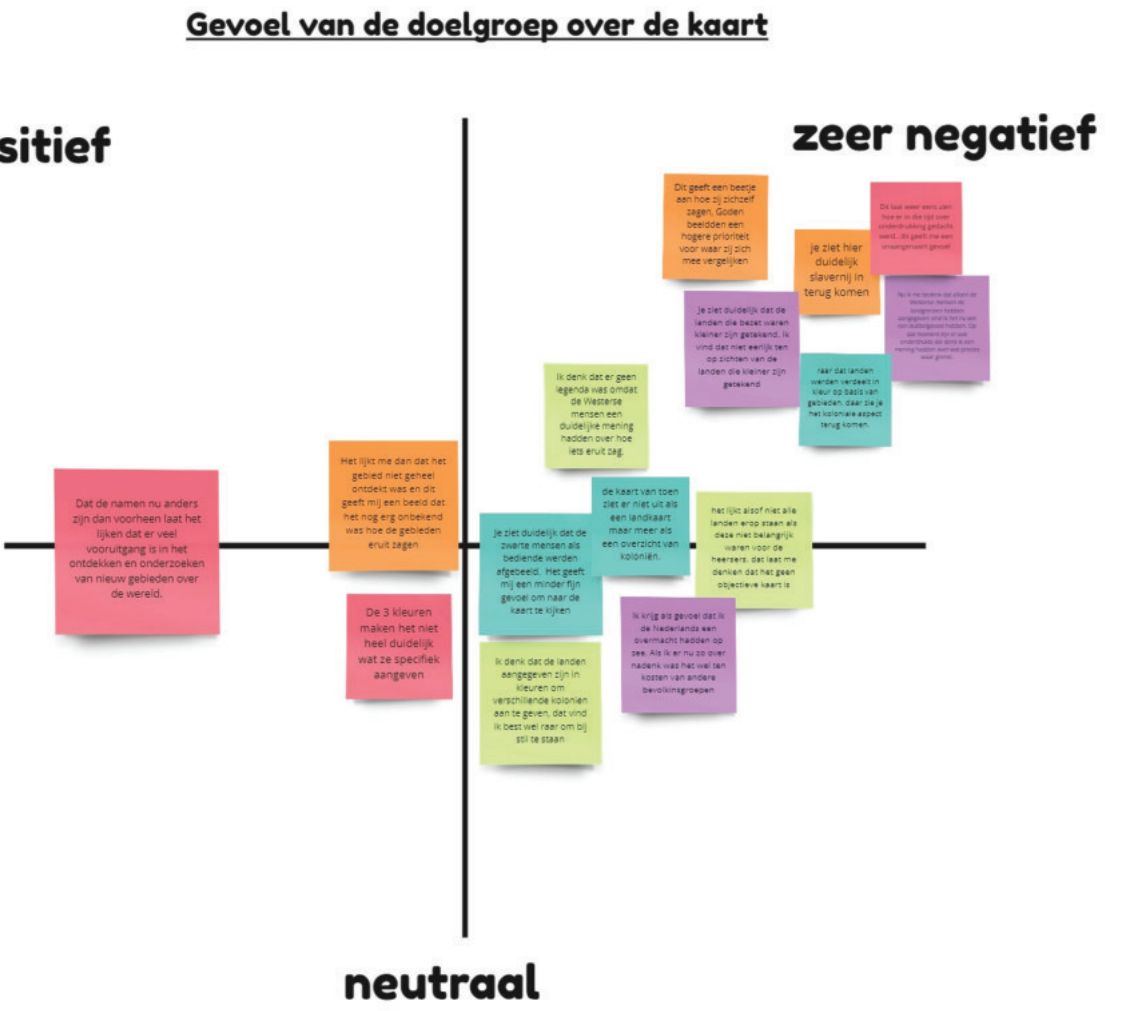
Wij hebben onze eigen designerly methode uitgevoerd om te achterhalen hoe zij naar kaarten kijken. We wilde weten wat hun opviel aan een koloniale kaart. Dit hebben we gedaan door naar het Maritiem museum in Rotterdam te gaan en via de iPad een kaart te laten zien die we hebben gekregen van het Nationaal Archief. We hebben 5 mensen van niet-Nederlandse afkomst gevraagd om met een post-it aan te geven wat hun opvalt. We hebben hun dit laten doen zonder context/voorkennis. Ook hebben we ze gevraagd om naar hun emoties te kijken en deze te sorteren. Op de volgende pagina kunt u ingezoomde afbeeldingen vinden van deze methode.

Designerly methode



Onze methode is uitgevoerd bij het Maritiem museum en bij de Hoge school van Amsterdam. De deelnemers mochten een post-it plaatsen via de Ipad die wij hebben meegebracht op de kaart. Al de deelnemers hebben ouders die afkomstig zijn van buitenlands afkomst.

De deelnemers kregen als eerst de taak om aan te geven wat hun opviel en zij zagen op de kaart. Dit hebben zij plaatsen op de kaart. Om de emoties van de kandidaten te liften hebben wij gevraagd hoe zij zich hierbij voelden en hebben zij dit vervolgens op de post-its kunnen noteren.



Onderzoek

Designerly Method

Post it's emoties liften

ik denk dat de landen aangegeven zijn in kleuren om verschillende kolonien aan te geven, dat vind ik best wel raar om bij stil te staan

Ik denk dat er geen legenda was omdat de Westerse mensen een duidelijke mening hadden over hoe iets eruit zag.

het lijkt alsof niet alle landen erop staan als deze niet belangrijk waren voor de heersers. dat laat me denken dat het geen objectieve kaart is

je ziet hier duidelijk slavernij in terug komen

Het lijkt me dan dat het gebied niet geheel ontdekt was en dit geeft mij een beeld dat het nog erg onbekend was hoe de gebieden eruit zagen

Dit geeft een beetje aan hoe zij zichzelf zagen, Goden beeldden een hogere prioriteit voor waar zij zich mee vergelijken

Ik krijg als gevoel dat ik de Nederlands een overmacht hadden op zee. Als ik er nu zo over nadenk was het wel ten kosten van andere bevolkingsgroepen

het lijkt dat de landen die bezet waren kleiner zijn getekend.

Je ziet duidelijk dat de zwarte mensen als bediende werden afgebeeld. Het geeft mij een minder fijn gevoel om naar de kaart te kijken

raar dat landen werden verdeelt in kleur op basis van gebieden. daar zie je het koloniale aspect terug komen.

de kaart van toen ziet er niet uit als een landkaart maar meer als een overzicht van koloniën.

Dit laat weer eens zien hoe er in die tijd over onderdrukking gedacht werd.. dit geeft me een onaangenaam gevoel

Dat de namen nu anders zijn dan voorheen laat het lijken dat er veel vooruitgang is in het ontdekken en onderzoeken van nieuw gebieden over de wereld.

De 3 kleuren maken het niet heel duidelijk wat ze specifiek aangeven

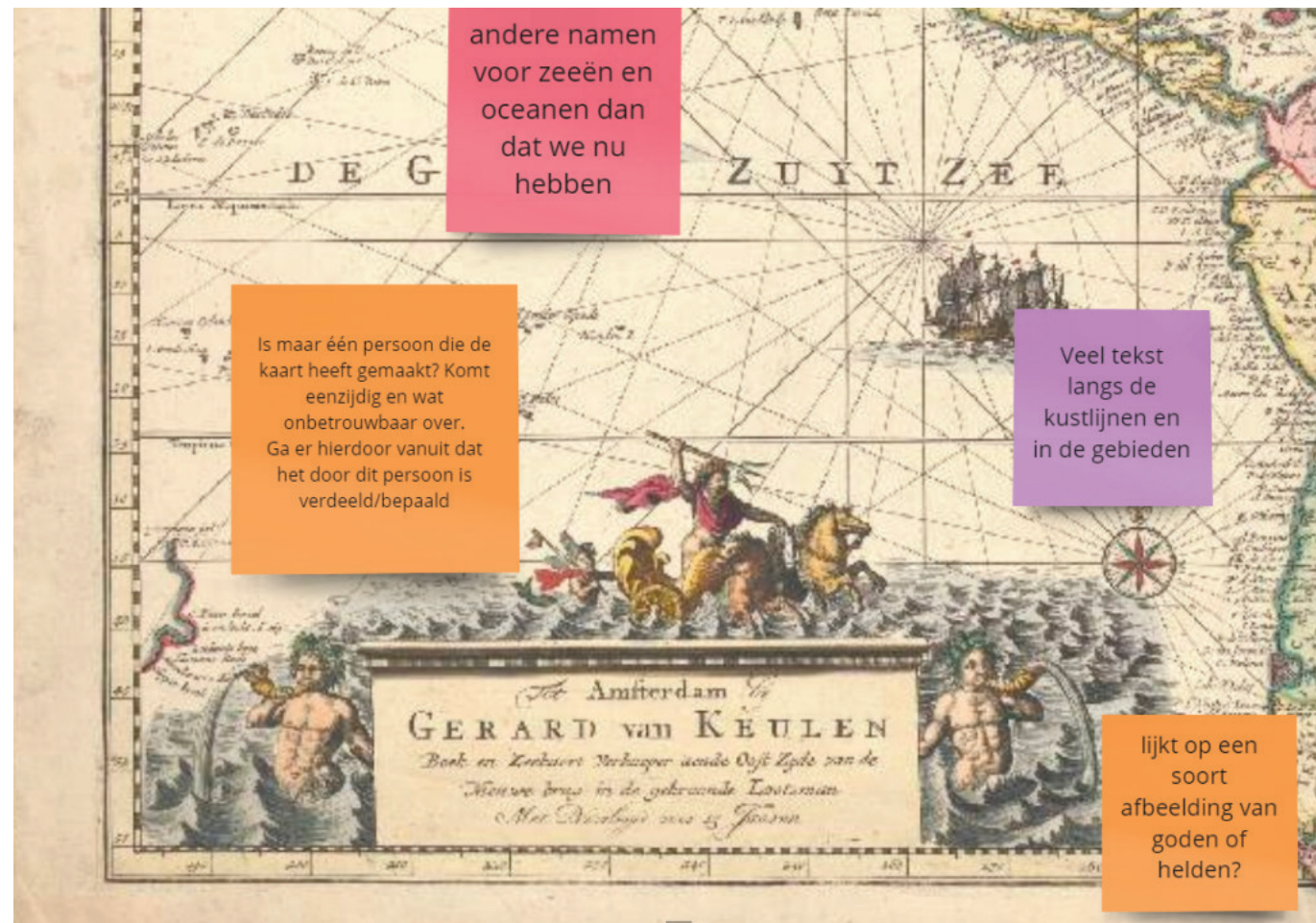
Deelnemers

- Reina | 21 jaar | Curacao's & Nederlands
- Ramon | 20 jaar | Surinaams & Nederlands
- Indra | 23 jaar | Indisch & Nederlands
- Orlando | 24 jaar | Surinaams
- Leroy | 20 jaar | Vietnamees

Onderzoek

Designerly Method

Ingezoomde afbeeldingen methode



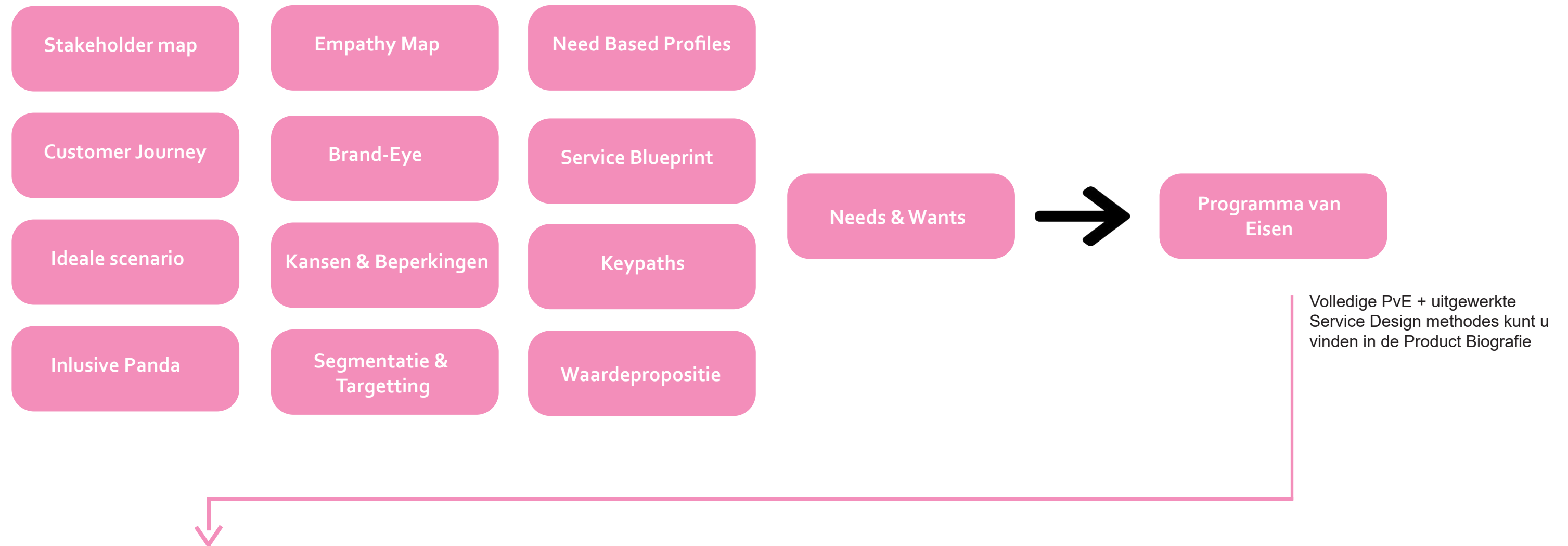
Na de twee methodes te hebben uitgevoerd hebben we een overzichtje gemaakt met de inzichten die we hieruit hebben gehaald.

- Slavernij wordt duidelijk afgebeeld op de kaart en brengt een negatieve emotie op bij de gebruikers.
- Koloniale aspect komt terug doordat gebieden verschillende kleuren krijgen. Dit roept ook negatieve emoties op.
- Kaart lijkt niet volledig te zijn
- De grootte van de landen geeft een vertekend beeld aan omdat de landgrenzen van een Westers perspectief zijn bepaald. Het geeft dus aan dat koloniale kaarten vanuit een perspectief zijn ontworpen
- Je merkt dat mensen een dubbelgevoel eraan overhouden doordat ze zelf hebben ondervonden dat de kaarten vanuit een perspectief zijn ontworpen.
- Gebruikers vinden het wel goed om te zien hoeveel verbetering we hebben gemaakt tegenwoordig als je vergelijkt met het heden.
- Wij merkte dat deelnemers meer stil stonden dat er ook slavernij te zien is op een kaart. Niet alleen maar visueel qua zwarte mensen maar ook als in landgrenzen, grootte van landen en kleurgebruik van de landen.

Onderzoek

Service Design Methodes

Tijdens de lessen hebben verschillende tools gebruikt waaruit verschillende inzichten zijn gekomen die belangrijk zijn geweest voor ons eindproduct (zie hieronder.) Hieruit hebben wij een Programma van Eisen opgesteld waarin de eisen waar het product aan moet voldoen beschreven zijn.



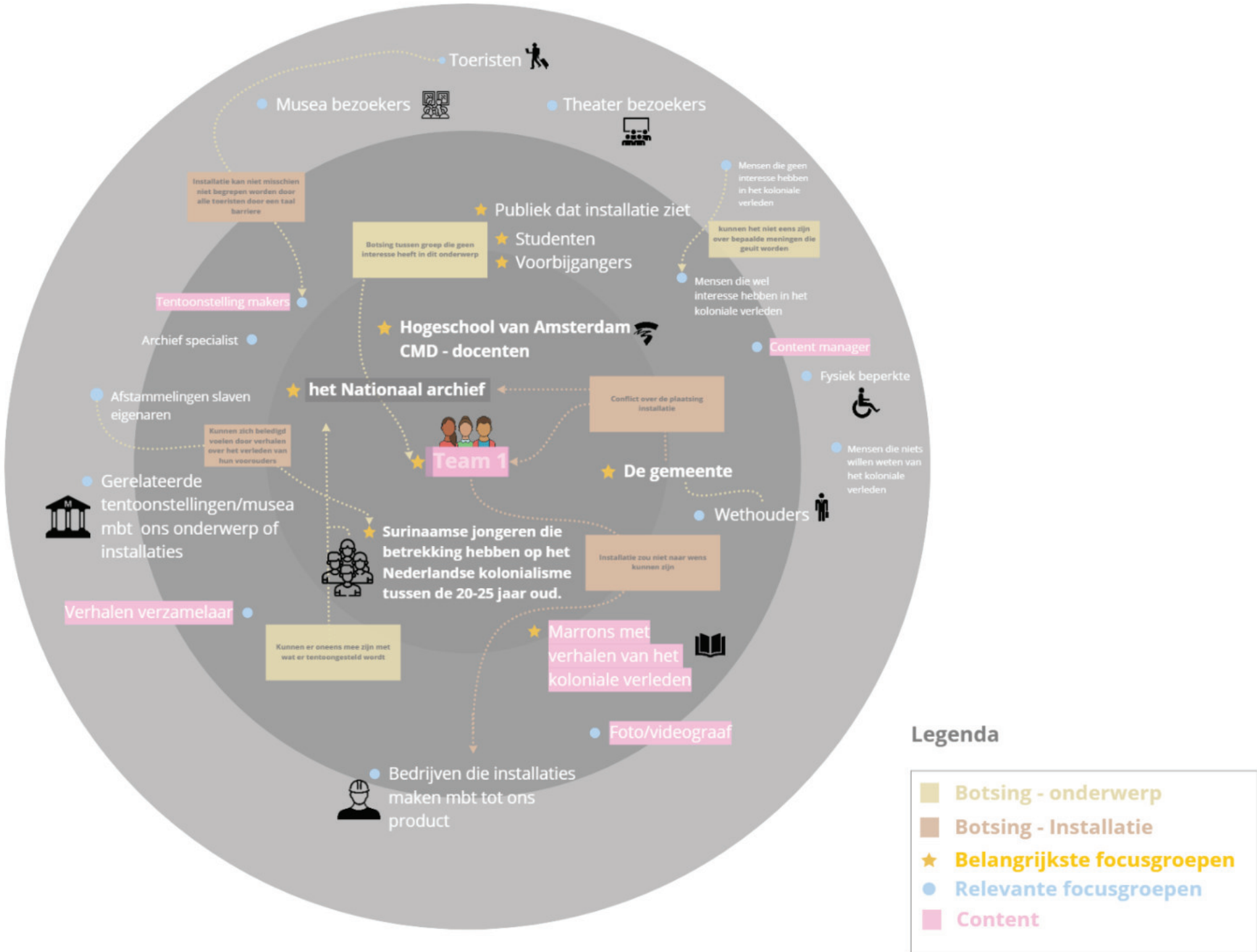
Belangrijkste eisen uit PvE

- De dienst moet interactief zijn
- Het is gewenst dat ons product toegankelijk is voor iedereen door gebruik te maken van beeld, geluid en ondertiteling
- Het is gewenst dat ons product in het Nederlands & Engels is
- De dienst moet verhalen laten horen en beelden laten zien die informatief zijn en verhalen uit het heden en verleden vertellen om zo bewustwording te creëren.
- Het is gewenst vanuit het Nationaal Archief dat het product een ander perspectief op kaarten bied.

Onderzoek

Stakeholder Map

Ook hebben we een stakeholder map gemaakt. Deze hebben we gemaakt om in kaart te brengen welke groepen (stakeholders) te maken hebben met ons product. We hebben hier ook goed gekeken naar de kwetsbare stakeholders zodat we met deze groepen rekening kunnen houden voor in ons eindproduct. We hebben de botsingen tussen de stakeholders in kaart gebracht zodat we met ons product hier rekening mee kunnen houden om zoveel mogelijk stakeholders tevreden te houden en het aantal botsingen minimaal te houden.



Onderzoek

Marrons

De marrons van Suriname zijn de afstammelingen van Afrikanen die door slavenhalers onder dwang naar Suriname zijn gebracht. De marrons vluchtte uit de slavernij en hebben zich gevestigd in het Surinaamse binnenland. Na de afschaffing van de slavernij hebben de Surinaamse marrons zich weinig met de rest van de zwarte bevolking in het land gemengd. Deze marron cultuur is dus altijd in beweging gebleven. De Surinaamse marrons zijn in meerdere groepen verdeeld zoals bijvoorbeeld: Aluku, Kwinti, Matawai, Okanisi, Paamaka, Saamaka.

Nog steeds merk je in Suriname een sterke scheiding tussen creolen en marrons. Voor Nederlanders zien we qua etniciteit geen grote verschillen, maar voor Surinamers zijn het wezenlijk verschillende bevolkingsgroepen. De toekomst van de traditionele bosnegerdorpen is niet rooskleurig. De huidige bosnegers hebben niet alleen producten nodig als zout, suiker, textiel maar ook horloges, radio's, naaimachines en buitenboordmotoren. Om deze producten te kunnen kopen moet er geld verdiend worden, maar omdat in de dorpen zelf vrijwel geen geld te verdienen is trekken steeds meer jonge bosnegers naar Paramaribo om daar werk te zoeken. Het gevolg hiervan is dat veel bosnegerdorpen ontvolken, vergrijzen en dreigen te verdwijnen. Toch blijft men marrons die in de stad wonen nog steeds marron of bosneger noemen.

Voor meer onderzoek over de Marrons zie Product Biografie



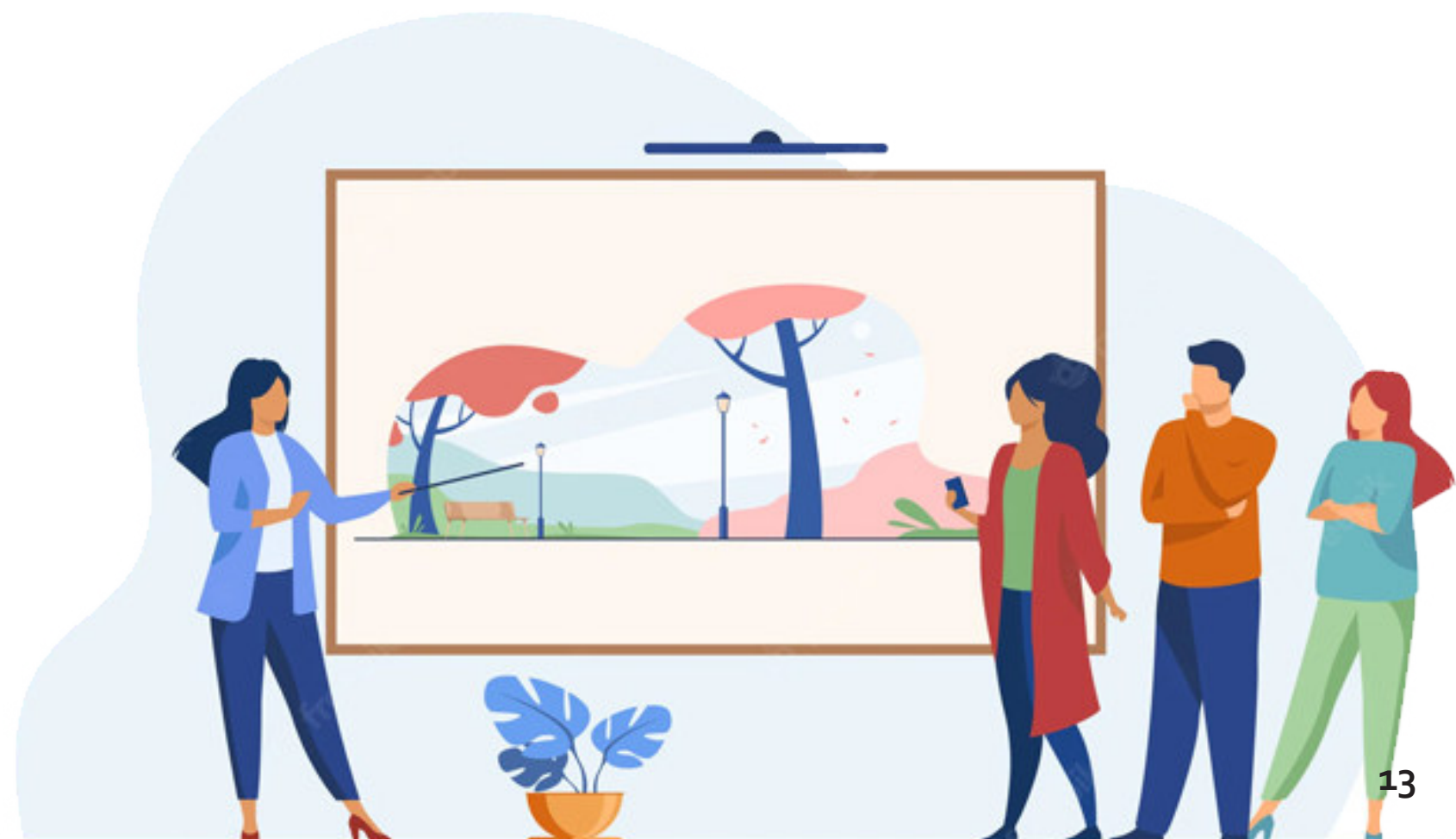
Onderzoek

Interviews

We zijn naar het Maritiem museum in Rotterdam geweest en hebben daar een aantal personen gesproken die binnen de doelgroep vallen om te vragen welke installaties zij nou interessant vonden in het museum. We vinden dit interessant en belangrijk om te achterhalen bij de doelgroep zodat we dit mee kunnen nemen in ons uiteindelijke product.

We hebben 5 mensen gesproken. We hebben uit deze interviews een aantal interessante **inzichten** gehaald.

- Gebruiker wilt interactie (het liefst doormiddel van een fysieke installatie)
- Gebruiker vindt persoonlijke input belangrijk
- Gebruiker wilt iets leren (moet educatief zijn)
- Gebruiker vind het leuk als de installatie je echt meeneemt in het verhaal.
- Gebruiker vind geluid fijn om meegenomen te worden in de ervaring.



Het concept

Idee

Het **idee** bestaat uit een interactief, digitaal product. Door middel van een fictieve stamboom gaan wij de verhalen van de Marrons vertellen. Deze verhalen lopen van 1700 tot aan het heden. In deze fictieve stamboom kun je op verschillende mensen uit verschillende jaren klikken om een verhaal te horen. In deze verhalen gaan wij het hebben over de levenswijze van de Marrons en de verschillende tradities die zij hebben. Voordat wij deze stamboom laten zien geven we eerst meer informatie over koloniale kaarten. We laten eerst een koloniale wereldkaart zien waar we uitleg bij geven en daarna laten we een expeditie kaart zien waarna we ook uitleggen wat het is en waarom het relevant is voor ons product. Wij als Westerse wereld kijken vaak met een westers perspectief naar kaarten. Dat is nou eenmaal wat wij gewend zijn. Zo kijken wij dus ook naar de kaarten die wij hebben bestudeerd van de Marrons. De expeditie kaart geeft weer dat de weggelopen slaven opgespoord werden door de Nederlandse overheerser. In hun ogen waren de Marrons hun bezit. Dit is natuurlijk een beperkt, oneerlijk en eenzijdig stukje van het volledige verhaal en het doet geen recht aan de mooie, rijke cultuur van de Marrons. Met dit product willen wij jullie graag de mooie kant van de cultuur laten zien om een zo een eerlijk en volledig mogelijk verhaal te tonen. Alle verhalen worden verteld door de Marrons zelf.

Hoe werkt het?

De gebruiker krijgt eerst een startscherm te zien. Deze leest hij door en daarna kan hij op start klikken. De gebruiker kan dan op een kaart klikken en kan hier meer informatie over opdoen. Na dit gedaan te hebben krijgt hij een kort stukje over de Marrons te lezen. Hierin leggen wij uit waarom wij het belangrijk vinden om de andere kant van deze koloniale kaarten te belichten. Daarna kan de gebruiker verder naar de stamboom om rustig alle verhalen door te gaan en te bekijken. Als zij hier klaar mee zijn kunnen ze verder en krijgen ze een stukje te zien over het Nationaal Archief en de mogelijkheden die het Nationaal Archief biedt. Als laatst vragen wij de gebruiker om de ervaring te beoordelen.

Waarom gaat dit werken?

gebruikers worden gestimuleerd door middel van beeld en geluid

leerzame en interessante content voor de doelgroep

mooi product om terug te geven aan de marron gemeenschap

content wordt in het nederlands en engels aangeboden

gebruikers worden gemotiveerd meer over hun eigen achtergrond te leren

Het concept

Prototype

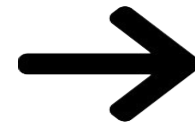
Om een kijkje te nemen in ons prototype kunt u gebruik maken van onderstaande link. Dit is het uiteindelijke prototype na meerdere iteraties. Voor het hele proces van ons concept kunt u terecht in de Product Biografie.



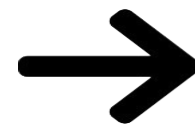
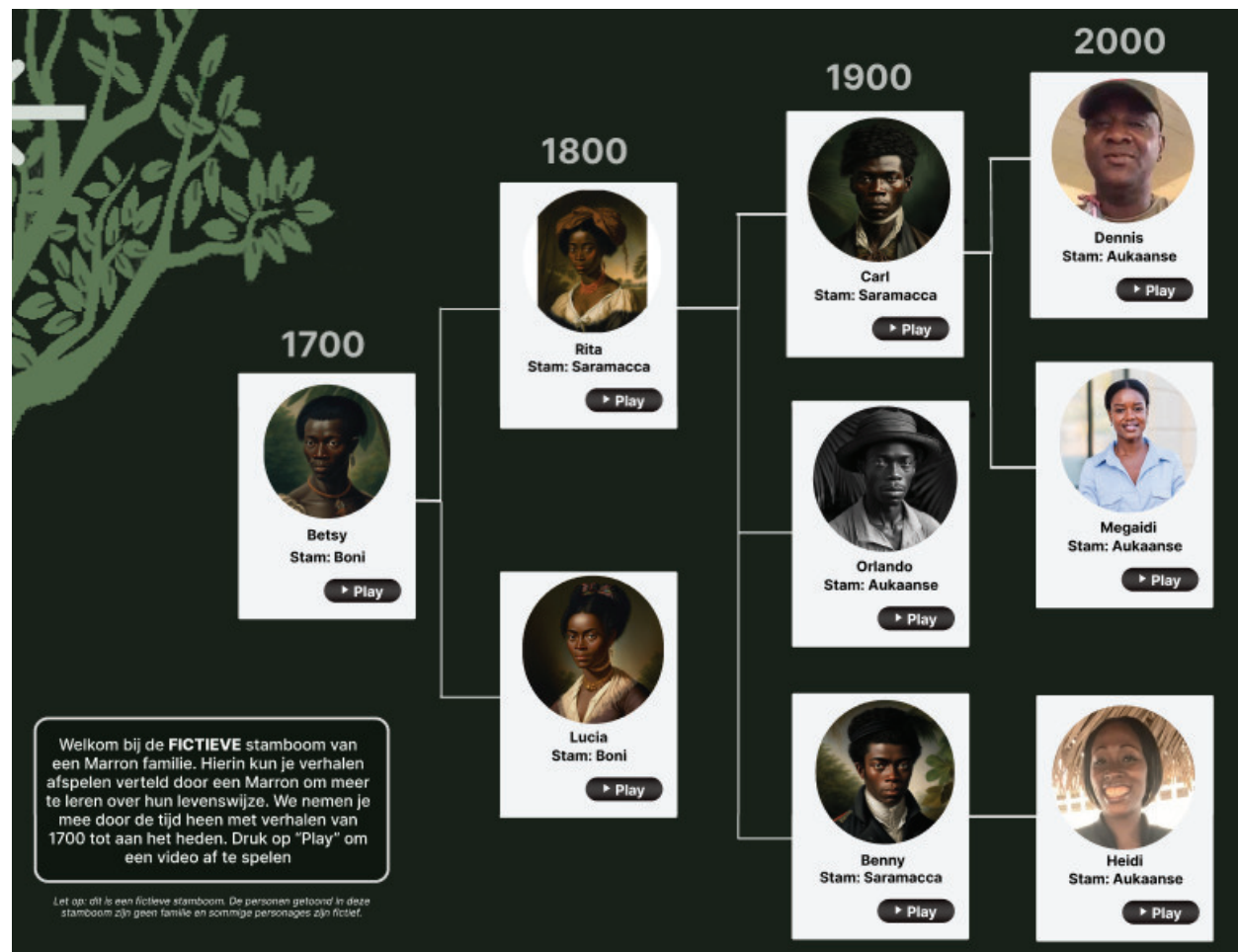
link: <https://www.figma.com/file/TZXcAYgl47118blsUYVtub/Prototype-stamboom-SD?node-id=74%3A1319&t=9lAsEDuQU6XT2jjG-1>

Het concept

Belangrijkste functies product



Op deze pagina geven wij de gebruiker meer informatie over de koloniale kaarten (een wereldkaart en een expeditie kaart). We leggen uit wat er op de kaart staat en waarom het een koloniale kaart is. Ook leggen we in deze uitleg uit waarom wij de Marrons gebruiken om de andere kant van deze kaarten te belichten



Op deze pagina krijgt de gebruiker de stamboom te zien. Hier kunnen zij verschillende verhalen uit verschillende tijdperken afspelen. Deze verhalen worden getoond door middel van beeld en geluid. Hierin interviewen wij verschillende mensen en vragen wij ze meer over hun levenswijze, tradities en vragen wij ze waar ze trots op zijn en wat zij willen bereiken voor de marrons in de toekomst.

Het concept

Het verhaal

Wij vinden het belangrijk dat de verhalen die verteld worden in ons product allemaal dezelfde structuur hebben. Daarom hebben wij een aantal vragen die we hebben gesteld aan de personen die we hebben geïnterviewd.

Zou je kort iets over jezelf willen vertellen?

Wat voor soort traditionale gerechten maken jullie?

Van welke stam binnen de Marron gemeenschap ben je afkomstig?

Hoe ziet de verhouding tussen man en vrouw binnen de Marrons eruit en is het eventueel veranderd ten opzichte van vroeger?

Welke tradities die jullie vroeger hanteerde zijn er vandaag de dag nog steeds, of welke zijn er eventueel bij gekomen?

Hoe vind je dat er naar Marrons gekeken wordt binnen de Surinaamse gemeenschap?

Wat voor soort typische kledij dragen jullie?

Wat zou je graag voor de Marron gemeenschap willen bereiken in de toekomst?

Welke natuurlijke producten van vroeger gebruiken jullie nu nog steeds?

Waar ben jij als Marron trots op?

Het concept

Plaatsing

Na onderzoek te hebben gedaan hebben we besloten ons product in de Openbare Bibliotheek in Amsterdam Bijlmer te plaatsen. Dit is een rustige, overdekte en betrouwbare plek voor de gebruiker om ons product te gebruiken. Ook maken we gebruik van geluid en het is dus fijner voor de gebruiker om in een rustig plekje in de bibliotheek hun tijd te nemen om de verhalen van de Marrons te beluisteren. Dit gaat in de openbare wereld wat lastiger door het vele geluid van bijvoorbeeld auto's en voorbijgangers. Verder is de Openbare Bibliotheek een plek waar mensen komen om te leren. Wij zijn dan ook van mening dat het een goede plek is voor ons product aangezien wij ook educatief materiaal aanbieden. We hebben de OBA gekozen op het Bijlmerplein omdat deze gelegen is bij de Amsterdamse Poort, een plek waar veel Surinamers wonen en komen.



Conclusie

Design Challenge

"Hoe kunnen we jongeren tussen de 20 en 25 jaar met een Surinaamse achtergrond, aan de hand van oude kaarten en een digitaal product, bewust maken van het feit dat koloniale kaarten een eenzijdig perspectief bieden en hen inspireren om meer over hun eigen achtergrond te leren?"

Als we terug kijken naar de Design Challenge kunnen we stellen dat deze voor ons geslaagd is. In ons product lichten wij twee koloniale kaarten toe en leggen wij uit wat deze kaarten betekenen. Ook leggen we uit waarom dit koloniale kaarten zijn. Zo maken we de doelgroep **bewust** van het bestaan van het bestaan van **koloniale kaarten** en leggen wij ook uit waarom het van belang is dat mensen weten dat deze kaarten maar een eenzijdig perspectief bieden.

Verder laten wij verhalen van de Marrons zien om (onder anderen) de gebruiker **nieuwsgierig** te maken naar hun **eigen achtergrond**. Na de stamboom krijgt de gebruiker nog een pagina te zien waarin een terug koppeling wordt gemaakt naar het Nationaal Archief. Als de gebruiker dus interesse heeft of nieuwsgierig is naar waar hij nou vandaan komt weet hij waar hij terecht kan.

Dit product is makkelijk te onderhouden en uit te breiden. Wij verwachten veel te kunnen bereiken met dit product voor minderheden zoals de Marrons en Surinaamse jongeren. Ons product wordt in de Marron gemeenschap als zeer gewaardeerd en wij hopen dit uit te kunnen breiden naar nog veel meer mensen.



“Ik wist niet wat Marrons waren. Na het gebruiken van jullie product heb ik het gevoel dat ik meer heb geleerd over mijn eigen afkomst.”

“Ik ben nieuwsgierig geworden naar mijn eigen voorouders en achtergrond na het gebruik van jullie product.”

“Een interessante product dat ik niet eerder gezien heb, fijn in gebruik! Op een leerzame manier meer over marrons te weten te komen.”