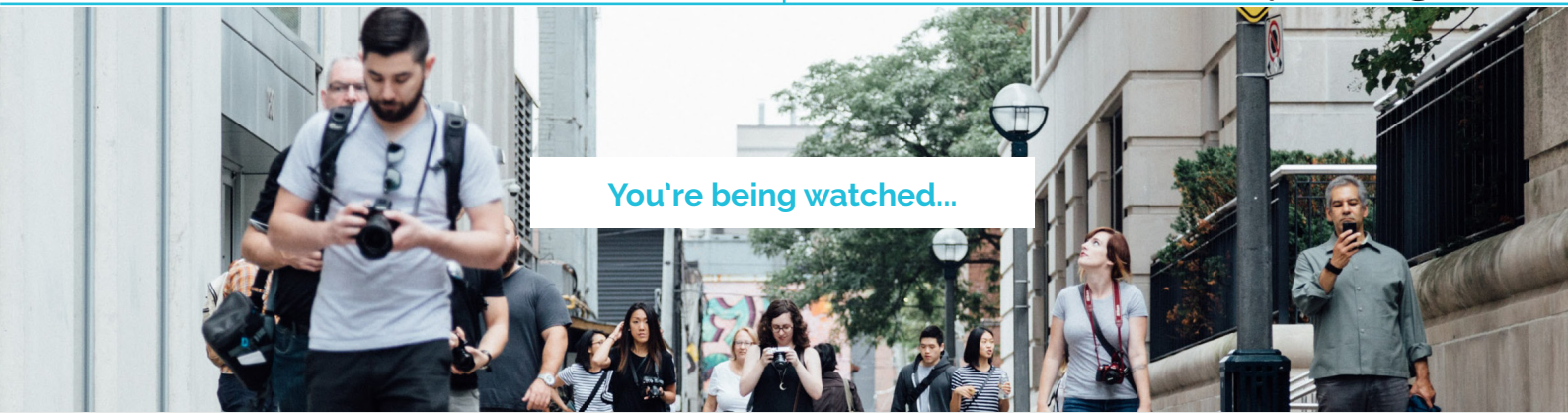


Team Human-Exposed

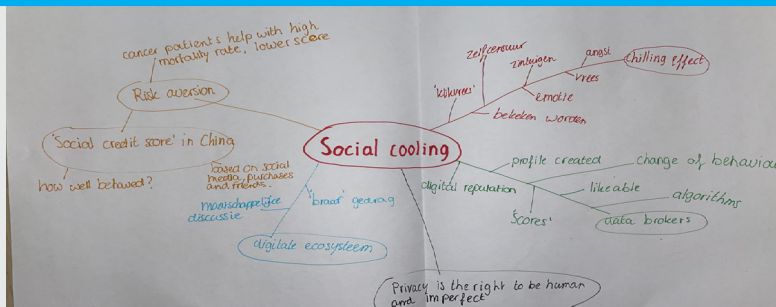
'AI know everything'



You're being watched...

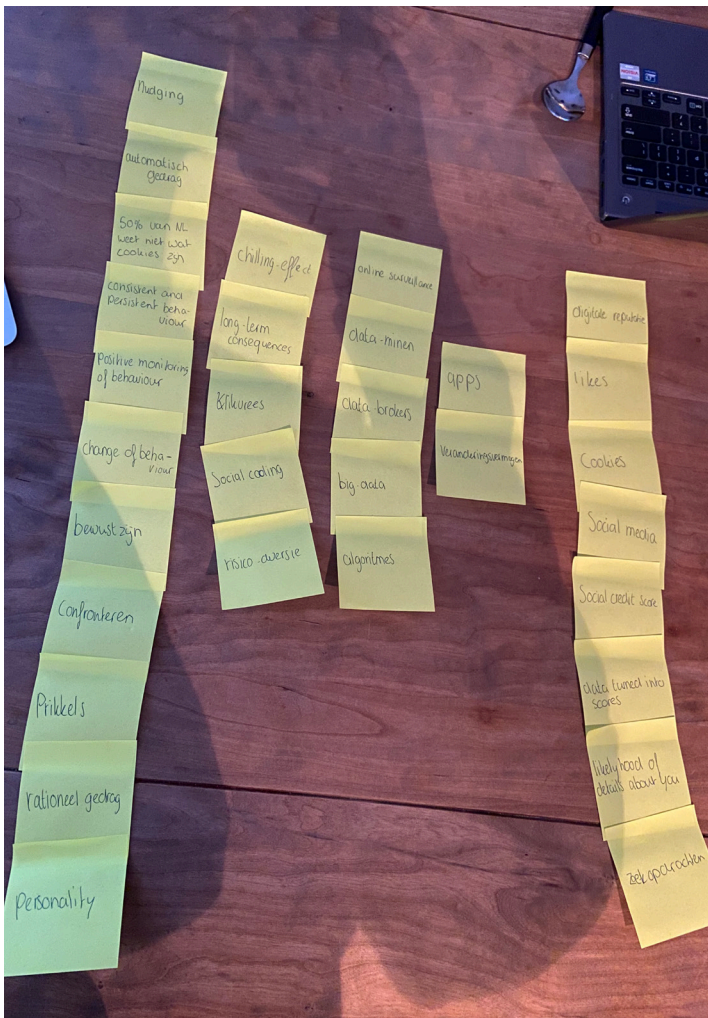
Wij van Team Human-Exposed hebben onderzoek uitgevoerd naar 'Social Cooling en het chilling effect'. Door verdiepend onderzoek hebben wij een oogpunt ingenomen op dit onderwerp en bekeken hoe we de, nu nog, onwetende doelgroep bewust kunnen maken van wat er zich op het wereldwijde web afspeelt. Wij proberen dit te doen door de doelgroep met hun digitale spoor te confronteren en door middel van het schrik-effect een bewustzijn te bereiken. Benieuwd hoe? Kijk verder ..

Voor het onderzoek deden we een mindmap. Wat weten we al en welke info mist?



In ons onderzoek richtten we ons op 2 thema's:

1. Meer te weten komen over Social Cooling. Wat is het en hoe beïnvloedt het de mens?
2. Hoe maak je de mens bewust van een probleem waarin zij zich bevinden, en hun dagelijks leven beïnvloedt?



Na het uitvoeren van onderzoek en vinden van thema's in de uitkomsten hebben we 4 'core-insights' opgesteld waarop we onze ontwerpcriteria hebben gebaseerd:

1. 'Gebruik het non-rationele denken van de mens juist om hun bewust te maken van hun digitale sporen'
2. 'De mens en gebruiker van digitale producten is zich niet bewust van de digitale sporen die zij op lange termijn achter laten'
3. 'Ieder onderdeel en handeling gemaakt op het internet kan gebruikt worden door algoritmes en data-brokers om je digitale reputatie te vormen'
4. 'Gewoontes worden gevormd door consistent en persistent gedrag. Negatieve gewoontes, zoals het klakkeloos delen van data, kunnen simpelweg alleen tegen worden gegaan door het doorbreken van dit consistente- en persistente gedrag en de gebruiker met de mogelijke consequenties te confronteren.'

Uit de core-insights zijn de volgende design principles voortgekomen:

1. Design with the ethical cause of health in mind (coronavirus)
2. Design for the cause of regaining the freedom of internet use
3. Design to make unconscious people conscious about social cooling
4. Design with use of tricks like 'nudging' only to reach ethical responsible targets

Concepting

Door het coronavirus moesten we als team creatief zijn in het vormen van uiteenlopende concepten. Ieder groepslid bedacht d.m.v. een creatieve techniek een concept. Na overleg hebben we ervoor gekozen om het concept genaamd 'AI know everything' te kiezen om uit te gaan werken! De voornaamste reden voor deze keuze was het feit dat dit concept het beste bij onze design principles past.



Het concept uitgelegd.

Uit ons onderzoek kwam voort dat het onbewuste gedrag van de mens alleen doorbroken kan worden door consistente gedragingen, zoals het onbewust delen van data, te doorbreken. Ook vonden wij dat bewustwording bij de mens grotendeel bereikt wordt door mensen met de feiten te confronteren. Wij willen dit bereiken door ons concept 'AI Know Everything'. Wij maken gebruiker van een zogenoemde 'scraper' welke jouw persoonlijke informatie van het internet ophaalt en je daarmee confronteert. Uit ons empatisch onderzoek door middel van de scraper blijkt namelijk dat het overgrote deel van de testdeelnemers zichtbaar aangeslagen was door wat onze scraper allemaal over hun kan vinden. Nadat je als persoon door onze test bent gehaald krijg je een rapport met een percentage hoeveel je 'exposed' bent en op welke vlakken de meeste informatie over jou te vinden is.

De huidige situatie omtrent het coronavirus

Wij als ontwerpteam geven om de ethische verantwoordelijkheid van ons concept en hebben op basis van de quarantaine situatie die het coronavirus met zich meebrengt ervoor gekozen om van ons concept een webapplicatie te maken. Door hier gebruik van te maken hoeven personen hun huis niet te verlaten om gebruik te maken van ons product. Tevens was een digitale installatie ook niet praktisch geweest in de maatschappij van vandaag.