

One size fits some

Gender bias in design

Gender bias in design

Hosted by: Maartje van Proosdij

Project Information (EN)

Gender in design

When thinking about inclusive design most of us don't think about gender. Most products and services are framed as unisex, although in reality, they don't work as well for women as they do for men or vice versa, and in some cases, they can even be dangerous to use. Although gender-biased design can affect half the population, it is hardly discussed in design practice and design education. How can we make designers aware of this phenomenon? And how can designers approach a more inclusive design process when it comes to gender and sex?

The "Become Average" campaign

The result of this project is the "Become Average" advertising campaign. This campaign offers a product range that helps everyone to become the 'average person' that products and services are designed for. These fictional products emphasize the absurdity of gender-biased design. The product line is advertised on four posters that are designed to capture the attention of designers and design students, and guide them to a website via a QR code. On this website, visitors can learn more about gender bias, find a database of examples of gender-biased products and services, but also find links to inspirational projects. Additionally, visitors can learn about the three categories of gender-biased design, and the resulting three focus points for a more gender and sex aware design process.

Projectinformatie (NL)

Gender in design

Wanneer gedacht wordt aan inclusief ontwerpen gaat dit vaak niet over gender. Veel producten en diensten worden neergezet als uniseks, maar in realiteit werken zij vaak minder goed voor vrouwen dan voor mannen, of juist omgekeerd. In een enkel geval kan dit zelfs gevaarlijk zijn. Hoewel gender aannames in het ontwerpen de halve wereldbevolking kan beïnvloeden, wordt dit fenomeen onvoldoende besproken in de professionele en academische ontwerpwereld. Hoe kunnen we er voor zorgen dat ontwerpers meer bewust worden van dit fenomeen? En hoe moeten ontwerpers een meer gender-inclusief ontwerpproces aanpakken?

De "Become Average" campagne

Het resultaat van dit project is de "Become Average" reclamecampagne. Deze campagne adverteert een productlijn die iedereen helpt om meer zoals de 'gemiddelde persoon' te worden waar producten en diensten voor ontworpen zijn. Deze fictieve producten benadrukken de absurditeit van gender aannames in het ontwerpen. De productlijn is geadverteerd op vier posters, die zijn ontworpen om de aandacht te trekken van ontwerpers en ontwerp studenten, en deze via een QR code naar de website te leiden. Op de website kunnen bezoekers meer leren over gender aannames in het ontwerpen, een database vinden met voorbeelden van gender-discriminerende producten en diensten, maar ook voorbeelden vinden van inspirerende projecten. Ook kunnen bezoekers leren over drie categorieën van gender-discriminerend ontwerpen en de resulterende drie aandachtspunten voor een meer gender en sekse bewust ontwerpproces.

Image List

Filename	Caption	Credit
----------	---------	--------

poster-height-a3_1664471450.jpg	Poster: The become average height shoe	Maartje van Proosdij
poster-fingersize-a3_1664471486.jpg	Poster: The average finger size finger extenders	Maartje van Proosdij
poster-parent-a3_1664472295.jpg	Poster: The average parent breasted sweater	Maartje van Proosdij
poster-voice-a3_1664473891.jpg	Poster: The average voice pitch adjuster	

The images above are included in the ZIP under /images.