

S T R A -

M I E N

A A N

geven ontwerpers alleen nog
maar de aanzet?

O P T I E S

“Geven we ontwerp weg of verliezen we terrein aan irrelevante bijzaken?”

BURO BUREAUX

grafisch ontwerper

De kernwaarde van het ontwerp-vak doet er niet meer toe. Een ontwerp is er steeds vaker voor bestemd de gebruiker te voorzien van een bestaand stramien aan opties. Waarbij de gebruiker denkt een eigen identiteit te hebben bedacht.

Een nieuwe fase van het ontwerp-vak, waarbij de gebruiker steeds vaker de mogelijkheid heeft om interactief te reageren of coöperatief te handelen, zorgt voor een andere kijk op de sector. We maken onszelf hierdoor als ontwerper ondergeschikt aan de gebruiker omdat zij het ook opeens voor het zeggen hebben. Tegelijkertijd stellen we onszelf open naar de gebruiker om vervolgens in te spelen én te observeren wat er zich buiten het ontwerpgebied afspeelt.

Deze nieuwe fase lijkt op een zoektocht binnen het ontwerp-vak die ons een antwoord moet geven op de vraag: waar sta ik als ontwerper nog en wat is mijn relevantie? Waarbij wij, de ontwerpers, voorheen de leidraad bepaalden van het verhaal en we comfortabel waren in deze rol. De gebruiker nu steeds meer een eigen stem, een stem die machtiger is met de hedendaagse technologische mogelijkheden.

Steeds vaker komt het voor dat de ontwerper en de gebruiker samenwerken waarbij wij (ontwerpers) met het ontwerpstramien de aanzet hiertoe geven. Zoals Alfred Hitchcock zijn film plots een richting in stuurde door een specifiek element van een verhaal ongedefinieerd te laten voor de kijker, zodat zij dit zelf konden invullen hun met eigen inbreng. Is het ontwerp-vak ook in deze modus angekommen?

Hitchcock gebruikte hier de term *MacGuffin* voor. Een bedacht begrip die alles rondom een plot, object of ontwerp vertegenwoordigt die niet ter zake doet. Doordat de ontwerper de

aanzet geeft en de gebruiker het eigen maakt is er uiteindelijk een samenwerking tot stand gekomen die voor beide partijen niet de eigenheid representeert. Dit kun je als inhoudsloos en nietszeggend ervaren, aldus *MacGuffin*.

Hoe dit gegeven zich manifesteert binnen de hedendaagse populaire cultuur is goed merkbaar in de popmuziek. De Engelse auteur en muziekcriticus Simon Goddard heeft dezelfde term, *MacGuffin*, binnen het brede scala van de popmuziek geïntroduceerd. Het gaat daarbij voornamelijk om popartiesten met een excentriek imago die steeds minder bekend zijn om de kern van hun bestaansrecht, de muziek, maar juist vaker om de bijzaken die hen relevant houden.

Artiesten die hij zoalnoemt zijn Prince, Madonna, Lady Gaga en Michael Jackson. Zij bieden ons veel entertainment en fantasie die er in werkelijkheid niet is. In feite houden ze ons in hoge frequentie een leugen voor waarin wij vervolgens geloven. Er is dus sprake van een overdaad aan bijzaken die de kern doen vervagen.

Is het zo, dat we in het ontwerp-vak onszelf zijn kwijtgeraakt door *MacGuffin*, de irrelevante bijzaken? Minder tot niet meegaan in trends, restricties breken en onze onafhankelijkheid overeind houden ten opzichte van de gebruiker zou voor een nieuw begin kunnen zorgen. Onszelf bevragen in onze functie om grenzen te stellen in hoeverre we de invloed van de gebruiker toelaten. Terug in de tijd gaan, waarbij de ontwerpers de eenrichtingsverkeer-verhalenvertellers en -informatieverstrekters waren, zal niet meer gaan. Moeten we opzoek gaan naar een constructievere manier om als ontwerper en gebruiker elkaar te verrijken in plaats van het aan elkaar overlaten en het ontstaan van *MacGuffin* uit te sluiten?

1

RESEARCH TIP:
JOHN MAEDA 'DESIGNING FOR
SIMPLICITY' TED TALK

KIJK HIER

2

KIJK TIP:
ALFRED HITCHCOCK FILMS
WAARONDER 'PSYCHO' [1960]
+ 'BIRDS' [1963]