

'Er is een ziekte die **accessoïrosis** heet'

# DE NORMEN VAN NORMAN

tekst: Karina Meerman

**Don Norman, ex-Apple hogepriester en autoriteit op het gebied van design, is een hele vriendelijke man. Zo ziet hij er uit, zo klinkt hij. Met zachte stem praat hij rustig uren vol, terwijl een glimlachje nooit zijn lippen verlaat. Norman is in Nederland voor het doctoraalexamen van een Nederlands industrieel vormgever. Voor de uiterst formele gelegenheid is hem geïnstrueerd een zwarte broek te dragen, een wit overhemd en een grijze stropdas. Maar een wit overhemd heeft hij niet, het zal dus een wit T-shirt worden onder de toga. Al die ceremonie hoeft sowieso niet voor hem. Hij had liever z'n spijkerbroek aangetrokken en een trui, want thuis in Californië is het met vijftien graden al koud en in Nederland ligt voor het eerst in jaren een enorm pak sneeuw. Maar Don Norman blijft glimlachen.**

In zijn kamer in een hotel in Delft spreken we hem over Apple Fellows, Evangelisten, muizen, design en hoe je de natuurlijke schoonheid van een iPod ruïneert.

*U was een Apple Fellow tussen 1993 en 1998. Wat hield dat in?*

De functie van Apple Fellow was een hele mooie. Er waren er maar een paar van ons en we konden in feite alles doen wat we wilden. We bewogen ons vrijelijk door de Apple-organisatie om mensen van dienst te zijn waar nodig. Ik werkte in Design, reisde de hele wereld over om de producten van Apple beter te leren begrijpen en was woordvoerder voor Apple. Binnen de organisatie functioneerde ik als 'troubleshooter', ik hielp mensen bij het oplossen van problemen op gebied van vormgeving en ontwerp.

*Hoe wordt iemand een Apple Fellow?*

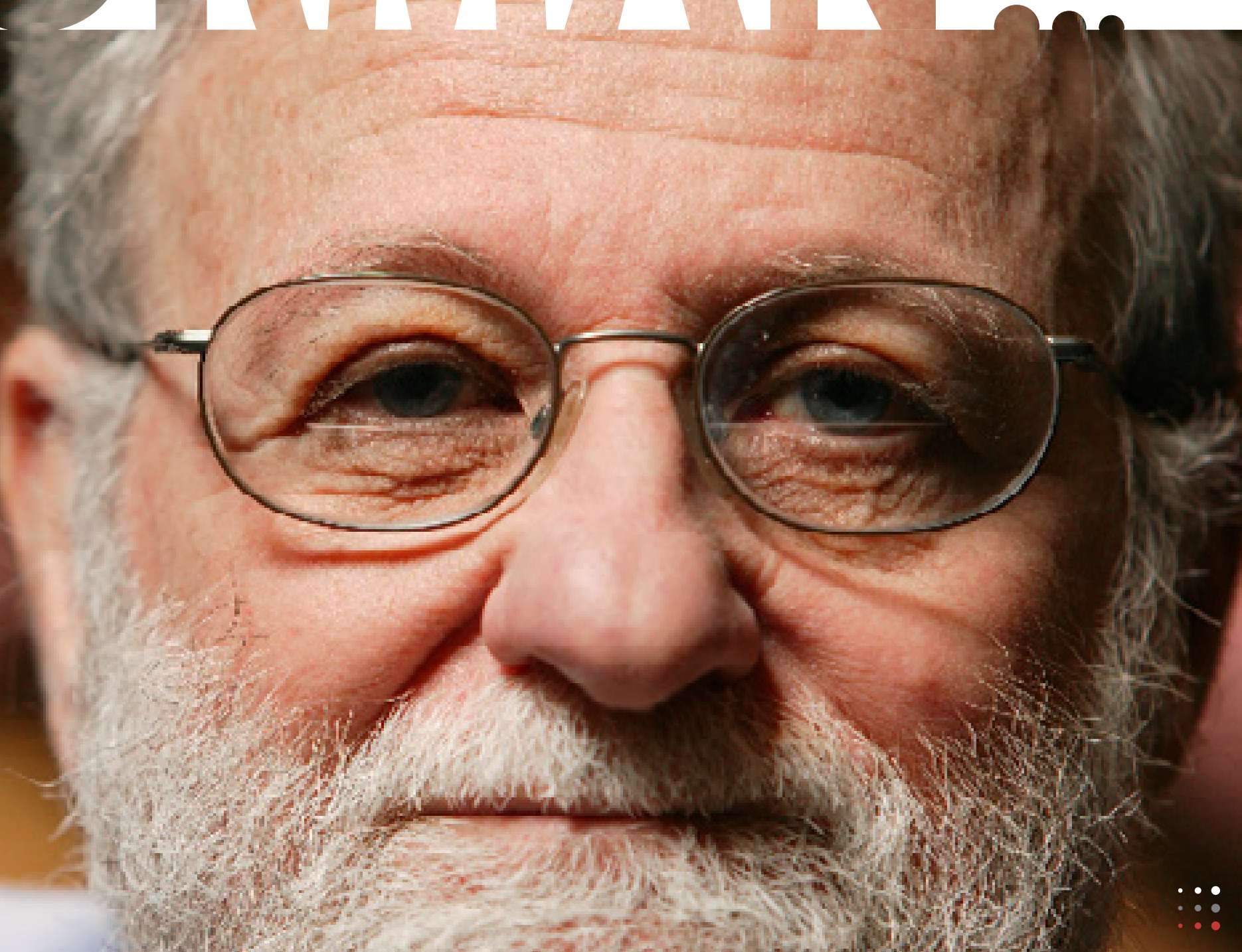
Tsja... er zijn er maar vijf geweest in de geschiedenis van Apple. De aanbeveling kwam van heel hoog in de organisatie en moest goedgekeurd worden door de grote baas, de Chief Executive Officer (CEO). Het was een hele prestigieuze functie. Nog steeds, denk ik,

alhoewel de titel niet meer bestaat. Het was zelfs prestigieuzer dan vice-president, want daar waren er wel twintig van.

In de tijd dat ik bij Apple werkte was het een creatief en chaotisch bedrijf met prachtige ideeën en producten. Maar het was erg lastig om die creatieve geesten dingen goed uit te laten voeren. Mensen deden gewoon wat ze zelf goed achtten. De directie bepaalde een richting en dan zeiden de techneuten: 'Wij vinden dit geen goed idee, dus dat doen we niet.' Het ging dan ook niet goed met Apple en de marktwaarde kelderde. Uiteindelijk vertrok John Sculley en hij werd vervangen door een andere CEO. Die vertrok ook weer en die werd ook weer vervangen door een andere CEO. En toen kwam in 1997 Steve Jobs terug, en wat hij in feite deed was alle vastgeroeste Apple-mensen uit de organisatie zetten en overnieuw beginnen. Hij gaf Apple de samenhang en richting die het nodig had. Hij wekte de oude Apple-geest tot leven. Hij kon al die prachtige creativiteit kanaliseren en sturen. Steve Jobs zegt: 'Dit is wat we gaan doen, dit is wat we willen.'

*Hoe zit het dan met Evangelisten?*

Dat was een formele marketingfunctie waarvoor je werd aangeworven. Het is dus geen eretitel of iets dergelijks. Een Evangelist had contact met de mensen die producten ontwikkelden voor Apple. Hij maakte ze enthousiast en hielp ze met de ontwikkeling. Ik evangeliseerde ook wel, maar niet fulltime. Het hoorde bij mijn functie om met klanten en vertegenwoordigers te praten over productontwikkeling. Het evangelisme was een hele creatieve zet van Apple. Het bedrijf realiseerde zich dat zijn succes afhankelijk was van de mensen die producten voor hen ontwikkelden. Kijk maar eens naar jouw iPod, daar zit iets bovenop geprikt. Je gebruikt je iPod niet om muziek af te spelen, maar om op te nemen wat ik zeg. Griffin heeft een apparaatje gemaakt dat in de iPod past, dat het scherm verandert zodat je kunt zien hoe lang je al opneemt. Dat is het werk van een Evangelist. Want hoe weet Griffin hoe ze dit moeten maken? Hoe weten zij hoe deze microfoon precies aansluit op een iPod?





Don Norman brengt zijn meeste tijd door bij de Nielsen Norman groep en verdeelt wat over is onder zijn werkzaamheden als professor computerwetenschappen en psychologie aan de Northwestern University in Chicago, V.S., schrijver, en lid van adviesraden bij bedrijven en organisaties zoals Chicago's Institute of Design. Hij is partner in veel organisaties en voormalig van-alles-en-nogwat, inclusief onderdirecteur van Advanced Technology bij Apple, en professor van eerst psychologie en daarna cognitieve wetenschappen bij de universiteit van Californië in San Diego. Hij ontving ook nog een eredoctoraat van de universiteit van Padova, Italië en kreeg als dank van hen een prachtige bordeauxrode hoed (à la Robin Hood uit die ouwe Disney-animatie), compleet met goudborduursel, kwastjes en een wasbeerstaart. Hij draagt deze tijdens formele universiteitshappenings zoals het bijwonen van een promotie, waarvoor hij onlangs in Delft was.

*Op vakantie nemen we ook een medialezer mee, zodat we maar één geheugenkaart nodig hebben voor het digitale fototoestel. De foto's worden opgeslagen op de iPod. Het is toch prachtig dat een iPod dat ook allemaal kan?*

Eerlijk gezegd baart mij dat zorgen. Er is een ziekte die accessoirosis heet. Mooie, elegante producten worden steeds ingewikkelder gemaakt. Neem bijvoorbeeld de Macintosh. De allereerste Macintosh was geweldig. Je kon er achter gaan zitten en ook al had je er nog nooit een gezien, je kon zo mee aan de slag. Nieuwe tekstverwerking- of tekenprogramma's? Je kon er zo mee werken of het in ieder geval proberen. Alles was eenvoudiger. De Macintosh was vrij klein, het aantal menu's was vrij klein, het aantal mogelijke bewerkingen ook. Het was jouw eigen fantastische personal computer. Dat is niet meer zo. Programma's van nu zijn enorm. Om met een goed fotobewerkingsprogramma om te gaan moet je wekenlang naar school. De menustructuren zijn complex.

Nogmaals, neem de iPod. Het hele systeem van iTunes-website, de computer en iPod was van een prachtige eenvoud. De simpele manier waarop je liedjes van de website naar je computer kreeg en de elegantie waarmee muziek van je computer naar de iPod ging... Maar

toen brak de accessoirosis uit. De iPod heeft zoveel geheugen dat we hem als externe harde schijf gebruiken. O, en laten we onze adressen er ook maar gelijk op zetten en onze agenda en onze foto's. En we plakken er dingen aan, zoals een afstandsbediening of we maken er een voicerecorder van.

*Vindt u het niet mooi dat de iPod andere apparaatjes vervangt?*

Het wordt allemaal steeds complexer. Waar ik bang voor ben is dat de oorspronkelijke elegantie en schoonheid verdwijnen. Dat ze verdrinken in een stortvloed van mogelijkheden die het allemaal te ingewikkeld maken, zoals bij de pc's van tegenwoordig. Kijk naar de afschuwelijk complexiteit van de Windows-wereld. Of neem MacOS X, dat evenzo complex is. Iemand heeft ooit al die extra mogelijkheden gewild. Jij zei zelf al 'kijk eens wat de iPod allemaal kan'. Maar dat zeiden we vroeger ook van de computer. Dat is ook het probleem met de draagbare apparaten en PDA's. Je wilt niet al te veel dingen meezeulen en dus kan het allemaal steeds meer. Er is nog net geen telefoon te verkrijgen voor de iPod!

*Maar er zijn genoeg PDA's waar je wel al mee kunt bellen. Aha, u heeft een Palm Treo?*

"And  
quite  
an ugly  
carrying  
case it is  
too."



Dit is mijn mobiele telefoon, mijn agenda, mijn adresboek, mijn restaurantgids en mijn fototoestel. En mijn muzikspeler, maar die gebruik ik niet, want ik heb natuurlijk mijn iPod. En kijk, de Treo heeft zelfs een volwaardig toetsenbord, ik gebruik hem ook voor het lezen en verzenden van e-mail. Het wordt allemaal steeds complexer.

De wonderschone elegantie van de iPod is ook volledig verloren gegaan in het exemplaar dat jij voor je hebt liggen. De mooie lijnen zijn verstopt achter een nogal lelijk draagtasje. En dat tasje heeft ook nog eens extra accessoires, zoals een clipje hier en een flapje daar... En dan zit er nog een microfoon er bovenop en is de prachtige witte kleur verstopt onder zwart rubber.

*Laten we mijn schaamte over het ruïneren van mijn iPod even terzijde schuiven. Vindt u dat Mac OS X te veel verloren heeft van zijn oorspronkelijke eenvoud?*

Jazeker, en dat vind ik van alle computers. Macintosh-fans zullen me van ketterij beschuldigen, maar ik zie geen verschil meer tussen MacOS, Windows of Linux. Mensen zullen misschien wat verdrietig zijn dat ik dit zeg, maar ik vind ze allemaal te ingewikkeld. Ik gebruik zowel MacOS X als Windows XP en visueel zijn ze misschien anders maar in gebruik verschillen ze niet. De bestandsstructuur is vrijwel dezelfde, programma's werken hetzelfde. De Windows-muis is zelfs beter dan de Apple-muis dus gebruik ik die.

Maar de eenknopsmuis is een historisch verhaal. In de begindagen van Apple besloten we na onderzoek dat de eenknopsmuis beter was voor de beginnende gebruiker. Voor de expert was een twee- of drieknopsmuis geschikt. Maar in die dagen had niemand een muis en waren we allemaal beginners. Later heb ik Apple geprobeerd te overtuigen over te stappen naar een tweeknopsmuis maar ik werd vreemd aangekeken. Maar mensen realiseren zich vaak niet dat de knoppen van Apple-muis zich ook op het toetsenbord bevinden. In combinatie met de Control-toets doet de muisklik andere dingen.

*U bent in Nederland voor het doctoraalexamen van een industrieel ontwerper. U schrijft boeken over de emotionele en psychologische kanten van design. Waarin zit uw passie voor dit onderwerp?*

Mijn passie voor design is elegantie. Een voorwerp moet eenvoudig zijn en makkelijk te begrijpen. Het moet goed functioneren en plezier brengen. Dit is mijn lievelingsvulpen. Het ziet er niet uit als een vulpen, er zit geen dop op, geen kroontjespen aan. Maar als je op de achterkant drukt als op een gewone balpen, dan schuift er een perfecte kroontjespen uit. En kijk eens wat er met jou gebeurt? Je ogen lichten op, je glimlacht en je zegt 'oooooh'. Daar houd ik van. Dat doet het ontwerp. Op mijn horloge is het lastig te zien hoe laat het is. Functioneel is het wat minder sterk, maar het ziet er prachtig uit en ik geniet ervan om mensen uit te leggen hoe het werkt.

Design werkt op drie niveaus. Als iets mooi oogt, zoals de iPod, dan is dat ontwerp op visceraal niveau: hoe je primair reageert op een voorwerp, instinctief. Jij hebt met het neopreen tasje en de microfoon het viscerale ontwerp van je iPod volledig vernietigd. [Op dit punt verwijderd de journalist het tasje en legt haar naakte iPod op tafel. Norman knikt goedkeurend.] Het tweede niveau is het functionele ontwerp, dus wat iets doet. De iPod is een mooi voorbeeld van iets dat visueel aantrekkelijk is en functioneel uitstekend werkt. Afstandsbedieningen voor de televisie zijn het tegenovergestelde. Ze zijn lelijk, moeilijk uit te vogelen en te bedienen en hebben onduidelijke knoppen. Terwijl ze zijn bedoeld om in het donker te gebruiken. They're a mess. Het derde niveau noem ik reflectief design, hoe het voorwerp jou over jezelf laat denken. En de iPod werkt ook op dat niveau, want Apple-gebruikers zijn superieure mensen.

Ik zoek dus altijd naar voorwerpen die op die drie niveaus werken.

*Is dergelijke schoonheid zeldzaam?*

Nee, maar je moet goed zoeken. En je moet niet zomaar iets kopen. Ik heb zojuist een televisie aangeschaft, een Löwe. In Amerika is dat een zeldzaam merk. Mijn geluidsinstallatie is van Bang en Olufsen. Mijn auto is een Porsche. Mijn koffiemachine is een Gaggia. En mijn muzikspeler is een iPod.