

De paperclip herdacht

Over toekomstverlangens en het karakter van dingen

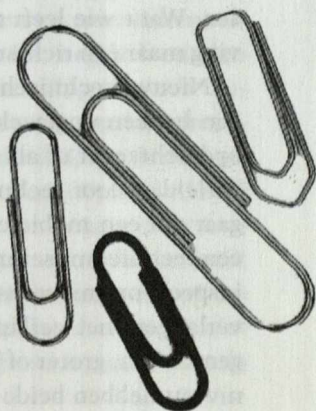
Rein de Wilde

Een apparaat werkt niet, doet niet waarvoor het is bedoeld, als het niet deugdelijk in elkaar steekt. Maar beloften en verwachtingen werken ook wanneer ze niet deugen. Iemand belooft je voor een afspraak naar een café te komen. Je komt daar aan, maar niemand te zien. De belofte heeft gewerkt, hoe vals hij misschien ook was.

We kunnen nooit zeker weten of een verwachting uitkomt, of iemand zich houdt aan zijn belofte. Leren van vroegere ervaringen is het enige wat erop zit. Maar bij een collectief zoals een natie gaat dat niet zo gemakkelijk, om over de hele mensheid maar te zwijgen. Op dat niveau verdampen de meeste ervaringen bijna even snel als ze worden opgedaan. Er zijn allerlei institutionele arrangementen nodig om ervoor te zorgen dat het collectieve verleden present blijft. Zonder geschiedenisonderwijs, zonder musea, zonder herdenkingen en de zorg voor oude gebouwen en monumenten, zou geen natie historie bezitten.

Met 'een historie bezitten' drukken we ons eigenlijk nog te passief uit. Iedere herinnering is selectief, dat geldt ook voor de collectieve herinnering. We herdachten vorig jaar dat de Vrede van Munster 350 jaar geleden werd gesloten. Uiterst belangrijk. Maar zullen we in 1999 met evenveel luister de gebeurtenis herdenken dat precies honderd jaar geleden het eerste patent op de paperclip werd toegekend? Tot op het eind van de negentiende eeuw werden papieren met een speld bijeengehouden, wat bijvoorbeeld tot nadeel had dat je het papier moest beschadigen. De paperclip maakte een einde aan dat ongerief.

Het sluiten van een vrede, het opstellen van een grondwet of de geboorte van een belangrijk componist, filosoof of letterkundige: deze gebeurtenissen zijn bijna elke vijftientwintig, vijftig of honderd jaar wel aanleiding voor een tentoonstelling, een boek of een docu-



mentaire. Hoeveel aandacht is er evenwel voor de geboorte van de papclip, toch een belangrijk toonbeeld van industrieel vernuft en succes? En hoe zit het met de ritssluiting, de transistor of de chip? We herdenken wel de geboorte van de film en de televisie, maar niet de introductie van nieuwe materialen als aluminium, bakeliet, celluloid, triplex en pvc. Wie zegt dat deze onderwerpen vergeten zijn geraakt omdat ze veel te saai zijn, draait oorzaak en gevolg om. In een maatschappij die haar prioriteiten elders legt, worden ze als saai bestempeld.

Deze selectiviteit is niet zonder problemen. Op dit moment is er veel publieke aandacht voor de jaren zestig en zeventig. Het is goed dat NRC Handelsblad de regeringsverklaring van het kabinet-Den Uyl nog eens afdruckt, zoals ze vorig jaar deed. Of dat er een uitgebreide documentaire over die woelige regeringsjaren wordt gemaakt. Wij kunnen zo de verwachtingen die dit kabinet bij zijn oprichting wekte, toetsen aan de praktijk en daarvan proberen te leren. Omdat het herdenken van technologische innovaties in onze cultuur relatief weinig aandacht krijgt, zijn we ook minder bekend met de meestal overtrokken verwachtingen die nieuwe apparaten of technieken in hun beginperiode hebben gewekt. Dat bijvoorbeeld in de jaren twintig over de radio in precies dezelfde utopische termen werd gesproken als over het Internet nu, is geen belangrijk thema in het maatschappelijke debat over de toekomst. Op het vlak van de technologische cultuur ontbreekt ons een publiek verleden dat we wel bezitten als het gaat om politiek en cultuur. Het bezit van zo'n publiek verleden biedt geen garantie dat mensen met het oog op de toekomst verstandiger zullen handelen. Maar dat impliceert niet dat we zo'n verleden evengoed kunnen missen. Want wie leeft zonder geschiedenis rest in de moderne samenleving maar één richtsnoer: het verlangen.

Nieuwe technische snufjes komen in ons bezit omdat ze ons verlangen hebben opgewekt. Niet alleen als consument trouwens, ook als opdrachtgever of als (politiek) bestuurder laten we ons nog altijd snel verleiden door technologische verwachtingen en beloften. Of het nu gaat om een mobiele telefoon, een Betuwelijn, een wintervakantie of een techniekmuseum, de sleutel tot verkoopsucces is een strategie die inspeelt op minstens een van onze twee meest primaire vormen van verlangen: het verlangen naar rust en gemak enerzijds en het verlangen sneller, groter of beter te zijn dan anderen anderzijds. Op collectief niveau hebben beide uitdrukking gekregen in twee nog altijd levende mythen.

De eerste mythe is die van het paradijs. 'Elke cultuur kent haar eigen paradijs, dat verspeeld is door een daad van naïeve hoogmoed' schrijft Herman Pley in *Dromen van Cocagne: Middeleeuwse fantasieën over het volmaakte leven* (Amsterdam 1997). Volgens de officiële

le christelijke leer is er geen weg terug naar het paradijs. Maar met dat noodlot nam men in de Middeleeuwen al geen genoegen. Er ontstonden allerlei verhalen over een Luilekkerland dat zich ergens op aarde zou bevinden. Dit aardse paradijs staat bekend als het Land van Cocagne, meestal afgebeeld als een pleziertuin of lustoord waar voedsel overvloedig aanwezig is, de zon altijd schijnt en je nooit oud wordt.

Meer modern is het verlangen naar verandering en dynamiek, naar verovering van landen of markten. Het is een verlangen naar snelheid en versnelling, ondermeer om ergens als eerste of als één van de eersten te kunnen aankomen. Deze mythe wordt verbeeld in allerlei moderne utopieën van onbelemmerde mobiliteit en kreeg vorm in de door Amerikaanse ontwerpers als Henry Dreyfuss, Norman Bell Geddes en Raymond Loewy geschapen stijl van de stroomlijn. 'Today, speed is the cry of our era, and greater speed one of the goals of tomorrow', constateert Geddes in *Horizons* (New York 1932), een boek over de geschiedenis van zijn ontwerppraktijk.

Een combinatie van beide mythen oefent nog meer aantrekkingskracht op ons uit dan elke mythe afzonderlijk. Door het verlangen naar uitdaging en versnelling te verbinden met het verlangen naar luxe, rust en vrije tijd worden gevoelens van angst en onzekerheid onderdrukt. Meer snelheid brengt ons dan geen jachtig leven, maar vooral veel vrije tijd. Vooruitgang brengt ons in deze mythische koppelverkoop niet een geheel nieuwe en dus onbekende wereld, maar leidt ons 'terug' in een verloren gewaand paradijs. Een mooi voorbeeld is het toekomstbeeld waarmee de ANWB ons wil verleiden: 'In 2030 zou Nederland wel eens één groot parkland kunnen zijn. In de opgeknapte en opnieuw ingerichte steden staan riante villawijken en tuinvijken, afgewisseld met woningen en landschapsparken. De wegen bevinden zich onder de grond evenals een superslim treinnet. Zogenaamde 'ketens van water', zoals meren, plassen en drinkwatervoorraden omringen de steden en vormen een heerlijk recreatiegebied. Over dertig jaar wonen en werken we dus in het groen.' (*De Kampioen*, december 1997)

'All buildings are predictions. All predictions are wrong' zegt Steward Brand in *How buildings learn: What happens after they're built* (New York 1994). Toch trekken architecten en ontwerpers zich van deze futurologische valkuil weinig aan. In hun handelen domineert niet minder dan bij de gemiddelde burger het verlangen naar zowel rust als snelheid.

De mythe van Cocagne staat binnen de ontwerppraktijk vooral symbool voor het verlangen een leefomgeving te scheppen waarin alles in dienst staat van de mens. Een omgeving waarin dingen en dieren er alleen maar zijn om de mens te dienen. Het is een fantasie die Thomas van Aquino deed beweren dat vissen in scholen zwemmen omdat de

mens ze dan gemakkelijker kan vangen. Alle modernisering ten spijt, dit soort denken is in de wereld van het ontwerpen nog niet achterhaald. Het lijkt ook zo aantrekkelijk: dingen maken die zich helemaal aan de mens onderwerpen, die net als in het land van Cocagne als het ware gebraden en al bij ons de mond in vliegen. Een huidige vorm van deze droom is het idee dat we in de toekomst omringd zullen zijn met 'slimme' producten, gemakkelijk te bedienen apparaten die precies doen wat wij willen. Zelfs de tafel zal in de toekomst een 'slim' ding zijn geworden, zodat zij zich steeds aan onze wensen kan aanpassen. Zij wordt groot als er familie komt, krimpt als we met z'n tweeën zijn en zakt door haar poten als de kinderen eraan willen spelen.

Als richtsnoer voor de ontwerppraktijk heeft de paradijsmythe een belangrijke keerzijde. Net zoals de blanke vroeger geen contact had met de slaaf, zo zullen wij dingen die zich totaal aan ons onderwerpen, nooit goed leren kennen. We zien die ideale tafel gewoon niet staan! Ze biedt geen weerstand en dus zal zij voor ons nooit iets worden waarmee we rekening moeten houden. Ontwerpen voor het land van Cocagne leidt paradoxaal genoeg tot een lege wereld. Men verlangt naar een wereld vol slimme en gemakkelijke dingen, maar het resultaat is een omgeving waarmee we goed beschouwd geen enkel persoonlijk contact hebben.

De mythe van de versnelling brengt ons producten als de chip, nieuwe software, de kopieermachine en de klapschaats. Prachtige spullen. Maar wie heeft meegemaakt dat een nieuw softwareprogramma of een nieuw kopieerapparaat gemakkelijker te bedienen is dan hun voorgangers? Dit soort hightech is meestal niet zelf flexibel, maar eist – soms heel ongenaakbaar – van zijn of haar gebruikers grotere flexibiliteit. Niet het ding past zich aan, wij dienen ons te richten naar het ding. Dromen van versnelling hebben nog een belangrijke keerzijde: ze leiden tot praktijken van verspilling. We kunnen aan 'snelle' producten vaak weinig of niets veranderen of repareren. Ze aanschaffen en snel weer wegdoen, dat is alles wat erop zit, zoals Ed van Hinte opmerkt in *Eternally yours: Visions on product endurance* (Rotterdam 1997).

Bekijk eens een paperclip, al was het maar vanwege het feit dat hij nu een eeuw oud is. Dat is toch wel een herdenking waard. Had onze samenleving meer aandacht en waardering voor de geschiedenis van materiële cultuur, dan zouden we daar echt een gebeurtenis van maken. Dat zou dan een goede aanleiding zijn ons af te vragen hoe de paperclip erin is geslaagd het al honderd jaar bij ons uit te houden. Een deel van het antwoord ligt in het voorgaande besloten. De clip is niet succesvol, omdat hij zich volledig richt naar onze wensen. De paperclip is niet perfect; het clippen vereist bepaald enige vaardigheid. Ongenaakbaar is de clip echter ook niet. Hij is flexibel in de zin dat hij

twee maar ook vijftien vellen kan samenbinden. Het ontwerp heeft bovendien de kwaliteit dat je erop kunt variëren: tegenwoordig kennen we paperclips in allerlei soorten en maten. Toenemend of veranderend papiergebruik deert de clip dus niet; hij evolueert gewoon met ons mee.

Toch is de paperclip geen slim of snel ding. Gelukkig maar, want die zijn gauw te gediensig of juist ongenaakbaar. Nee, de clip heeft iets heel anders: noem het karakter. Dat is, in één woord, zijn geheim. Bij het ontwerpen van apparaten en gebouwen zouden we in dit opzicht van de paperclip kunnen leren. Het maken van meer duurzame toekomst impliceert dat we ons meer moeten richten op het ontwerpen van dingen met karakter: dingen die ons enerzijds weerwerk kunnen bieden, maar die anderzijds ook zo flexibel zijn dat ze met ons mee kunnen groeien. Geen paradijs vol gediensige slaven, noch een snelle wereld vol steeds nieuwe meesters waar we achteraan moeten hollen. Meer dingen met karakter, daar komt het op aan. Alleen die bezitten de competentie echt partners van ons te worden.