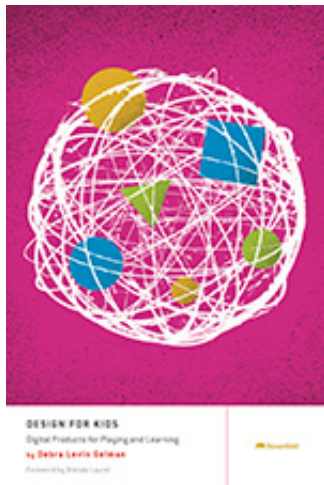


Debra Levin Gelman - Design for Kids



[Debra Levin Gelman](#) heeft verschillende websites voor kinderen gemaakt. Ze vond het daarbij belangrijk dat de kinderen er daadwerkelijk goed gebruik van kunnen maken. Volgens haar zijn te vaak websites voor kinderen, ontworpen door serieuze volwassenen, helaas helemaal niet zo geschikt voor kinderen of denken de ontwerpers dat ze bij kinderen eigenlijk met alles wel wegkomen als het er maar vrolijk uit ziet. *"I have found the world of digital design for kids fraught with condescension, oversimplification, and downright sloppiness."* beaamt [Brenda Laurel](#) in het voorwoord. Gelman geeft [in dit boek](#) theorie en voorbeelden omtrent hoe het beter kan. Hoe je echt kan aansluiten bij wat het kind op een specifieke leeftijd leuk vindt, wat dan leerzaam is, en wat het kind omtrent interactie begrijpt.

Belangrijk: als je in deze richting zelf ook wat wilt dan moet je wel nog urenlang die kinderen observeren en veel testen met je eigen creaties. Je kan het niet helemaal uit een boek halen. Dus het blijft een uitdaging. Het is altijd weer verrassend en spannend, vooral bij de allerkleinsten, om een specifieke taak te geven en ze bij die taak zonder teveel inmenging goed te bekijken. Het is ook juist zo ontzettend leuk, volgens Gelman, om dat te doen. Dan krijg je pas echt zicht op wat werkt en wat niet.

Dit observeren is ook de basis van [Piaget](#) zoals Gelman die introduceert om in te spelen op de fasen van ontwikkeling die kinderen kenmerken. *"Based on these observations, he decided that younger children weren't necessarily less intelligent than older kids or adults; they just thought about things differently. Piaget focused his research on these cognitive differences and ultimately developed a theory of cognitive "stages" of development, based on age."* Piaget wordt heel kort besproken en de relevantie van zijn denken voor het ontwerpen voor jonge kinderen wordt duidelijk gemaakt. Juist ook wanneer het wordt gecombineerd met inzichten van bijvoorbeeld [Don Norman](#), bij ontwerpers zeer bekend vanwege zijn boek '[The design of everyday things](#)' of [Lise Eliot](#) met haar boek '[Pink Brain, Blue Brain](#)'. Ook komen in het boek inderdaad goede inzichten aan bod uit "[Mike Kuniavsky's](#) fantastic book, [Observing the User Experience](#) or [Leah Buley's](#) excellent

book, [The User Experience Team of One.](#)” Het is kortom allemaal zeer actueel en past goed bij elkaar.



Dit boek staat daarbij vol met leuke, meer of minder bekende en goed ontworpen voorbeelden. Allereerst bijvoorbeeld [DIY](#). *“In addition to a clear, strongly executed creative design, DIY uses interaction-design patterns that work perfectly for kids under 12. Straightforward flows, lots of options to choose from presented in a manageable and understandable format, and obvious navigation help kids know exactly what the site is for and how to use it.”* Bij dit soort succesvolle voorbeelden is spel en onderwijs niet gescheiden maar onlosmakelijk verbonden. *“[Angry Birds](#) and [Where’s My Water](#) teach complex physics principles to children as young as age 5. Sites like [Webkinz](#) and [Club Penguin](#) teach currency, philanthropy, and money management. And apps such as [Toca Band](#) and [Baby Piano](#) teach the basics of music composition.”* Meer dan iets is echter een scherp afgebakende doelgroep van belang om heel heldere ontwerpkeuzes te kunnen maken. Vier jaar jonger of ouder is echt een wereld van verschil zeker bij kleine kinderen. Plaatjes door het boek (zie ook hiernaast) heen geven op een meer visuele manier weer: een paar jaar later kan er al zoveel meer bedacht, gedaan, begrepen worden. Voor kleine kinderen is [Smack Match Gugi](#) echt een aanrader, als ze beginnen met lezen is [Endless Alphabet](#) super, voor nog oudere kinderen tot een jaar of 8/9 is [LEGO Creator](#) en [Fluff Rescue](#).

Daarna kunnen ze steeds verder zelf werelden bouwen, sociaal interacteren met ook vreemden, worden [instagram](#) en [snapchat](#) leuk, en [Kingdom Rush](#) of [Machinarium](#): dingen die ook volwassenen nog altijd leuk of interessant kunnen vinden. Het onderwijsaspect komt eigenlijk in al deze spelletjes en online media meer op de achtergrond ten opzicht van traditionele onderwijsmedia. Kinderen houden volgens Delman juist van al die micro-conflictjes waaruit een spel bestaat: dingen die niet meteen werken, waar je bijvoorbeeld 10 keer hetzelfde moet doen om iets te bereiken, of waar je de mechanieken van het spel eerst moet ontdekken. Een kind vind het daarnaast heel erg fijn om feedback te krijgen op alles wat hij of zij doet: elke actie in dergelijke spelletjes roept een geluidje of visueel effect op. Daarmee is het heel aanprekend (verslavend?). Ook zullen ontwerpers altijd zorgen dat er consistente 'design patterns' zijn, dat de bedoeling duidelijk is, en ook verrassing is belangrijk en het is prachtig als er kleine 'kadootjes' verstopt zijn. Je ziet dat kinderen er dan helemaal in op kunnen gaan, wat ze ook in onderstaande film bespreekt bij meer geavanceerde omgevingen waar identiteit en 'immersie' een grote rol spelen.

<https://vimeo.com/21501416>

Dit boek is een aanrader voor iedereen die een begin wil maken met het ontwerpen van educatieve spellen voor kinderen. Niet eerder werd simpel en doeltreffend de wereld van digitaal ontwerpen en de kinderwereld bij elkaar gebracht en gekoppeld aan allemaal commercieel succesvolle spelletjes en voorbeelden. Verschillende uitgewerkte praktijkvoorbeelden, voorzien van uitleg en de nodige checklists (omtrent why, what, who, maar ook 'design particulars') helpen echt aan de slag te gaan en overall rekening mee te houden met wat het kind wil in je eigen ontwerp. Specifieke aandacht

gaat daarbij aan het eind van het boek nog even uit naar data-collectie, privacy en reclame. Het is toch vooral iets om bewust van te zijn, maar veel verder komt Gelman omtrent die onderwerpen niet. Vanaf 8 jaar kunnen kids het verschil tussen reclame en inhoud herkennen en is er in die zin wat haar betreft ruim baan om als ontwerper niet té kritisch te zijn en gewoon goed duidelijk te maken dat het inderdaad om een reclameboodschap gaat. Al met al is het daarmee een beperkte specifieke, maar gangbare blik op ontwerpen voor kids. Gelman werkt dan ook nu voor [AT&T](#) en vind haar weg naar grote commerciële symposia en evenementen (IxDA, Webvisions, UXPA), en weet de huidige toon en inzichten goed te vatten.

De businesscases, de promotie, mogelijke creatieve en grafische experimenten, stijl of visuele identiteit, of meer concrete handvatten omtrent wireframes en flows worden helemaal niet uitgewerkt. Daarmee is het echt een boek al eerste oriëntatie: om je een eerste idee te vormen omtrent ontwerpen voor kinderen en om wat leuke voorbeelden te zien. Of een leuk boekje voor webdesigners die al weten hoe het werkt maar die zich speciaal willen gaan richten op kinderen.

Als algemeen verhaal over ontwerpen voor kinderen, zoals de titel wil, is hier helemaal geen sprake. Dan zou er een veel breder en meer reflectief perspectief moeten worden gegeven op de rol van de ontwerper bij kinderproducten. Daar zou je zeker aanvullende literatuur over kunnen of moeten opzoeken. Het is dus een beperkt boek, maar voor de juiste doelgroep zeker leuk om te lezen.