

Adformatie

Gepubliceerd in
Adformatie

Aflevering
2002-24

Publicatiedatum
13-06-2002

Paginanummer
019

Rubriek
tamtam: adquotes

Auteur(s)
Oostra, Martijn



[Print artikel](#)

<< [vorige](#) | [volgende](#) >>

[Sluit venster](#)

© Adformatie Groep

Ergonomisch opscheppen

Picasso, de Dalai Lama, Martin Luther King - Apple wist wel van opscheppen met het rijtje revolutionaire denkers dat een paar jaar terug figureerde in zijn 'Think different'-campagne. De Apple-specialist in New York die voor zijn advertentie voor de nieuwe iMac in de Village Voice met Mata Hari kwam, moet die campagne voor Apple's van de mainstream (lees: pc) afwijkende computersystemen nog in het achterhoofd gehad hebben. Maar wat is nou de relatie tussen 'Ergo-nomic' en de wereldberoemde Friese spion? Dat moet alles te maken hebben met de bewegingsvrijheid van het aan een flexibele arm bevestigde LCD-beeldscherm van de nieuwe iMac. Mata Hari werd geroemd om haar geraffineerde bewegingen, geïnspireerd op traditionele oosterse dansen. Het 'flat screen' van de iMac kan ook makkelijk in allerlei standen worden gepositioneerd. Die ergonomie wordt ook nadrukkelijk naar voren gebracht in de nieuwste Apple-commercial: een voorbijganger in een New Yorkse winkelstraat wordt door een iMac in een etalage uitgedaagd om een dansje op te voeren en gekke bekken te trekken (zie www.apple.com). Bovendien is de vormgeving van de nieuwe iMac net zo exotisch als Mata Hari. Maarre, ergonomisch verantwoord zou ook een draadloze muis zijn, en een toetsenbord zonder draad: en die heeft de nieuwe iMac geen van beide. [MO]

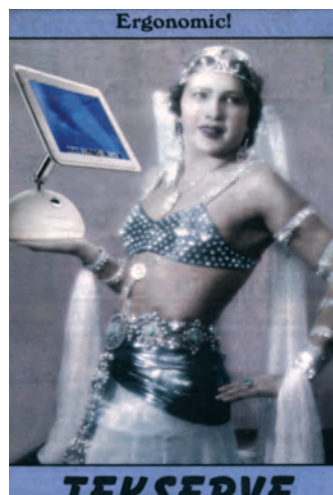
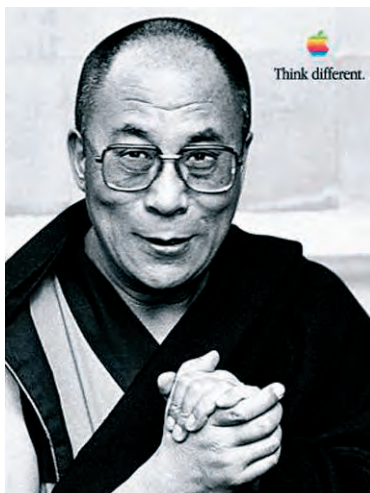
[foto's]

De Daila Lama in Apple-reclame uit 1997.

Mata Hari in de Village Voice.

Screenshot uit de nieuwste Apple-commercial.

[Sluit venster](#)



From: Martijn Oostra
Subject: Exotische iMac
Date: 21 mei 2002 01:38
To:



--

Exotische iMac [titel]

--

Zo'n vijf jaar geleden trok Apple de aandacht met een internationale campagne waarin een relatie werd gelegd tussen verschillende revolutionaire denkers en het karakter van haar, van de mainstream afwijkende, computersysteem. Onder andere de 'Dalai Lama' en 'Martin Luther King' figureerden in Apple's 'Think different' campagne. Een New Yorkse 'Apple Specialist' had het nog in het achterhoofd en pakte in een lokale krant de draad weer op. In een advertentie met de kop 'Ergonomic!' biedt 'Mata Hari' de nieuwe 'iMac' op een presenteerblaadje aan.

Wat nu precies de relatie is tussen Mata Hari, een pseudoniem van de op beschuldiging van spionage ter dood veroordeelde Friese 'Marggareta Zelle', en de wetenschap die de aanpassing van de werkomstandigheden aan de mens bestudeert, is ons niet geheel duidelijk. Je zou kunnen denken dat het zit in het feit dat je op een iMac van twee walletjes kunt eten, zowel specifieke Macintosh als conventionele PC bestanden kunt gebruiken? Mata Hari zou in de eerste wereldoorlog zowel voor de Duitsers als voor de Fransen hebben gespioneerd.

Meer waarschijnlijk is dat de adverteerder doelt op het gegeven dat Mata Hari werd geroemd om haar mooie bewegingen. Voor haar opvoeringen had ze zich geraffineerde bewegingen eigen gemaakt die waren geïnspireerd op traditionele oosterse dansen. Ze kon haar handen en hoofd heel subtiel bewegen. Het 'flat screen' van de slank gesneden nieuwe iMac kan door middel van de beweegbare arm ook subtiel in allerlei standen worden gepositioneerd. Dit wordt nadrukkelijk gedemonstreerd in de huidige commercial. Een voorbijganger (in een New Yorks straatbeeld) wordt door een eigenzinnige iMac, die in een etalage staat, uitgedaagd om een dansje op te voeren en gekke bekken te trekken (Op de site van Apple is deze commercial te bekijken.).

Apple heeft momenteel geen beroemde denkers nodig om zich mee te associëren, want het unieke van de Macintosh is niet alleen virtueel, ook de vormgeving is in vergelijking met andere computers revolutionair - en blijkt daarbij ook nog eens exotisch. Het is leuk om te zien wat mensen die zich niet dagelijks met creatie bezig houden bedenken op basis van bestaande elementen. In dit geval een oude campagne met beroemdheden en de door Apple nadrukkelijk naar voren gebrachte unieke vorm van de nieuwe iMac. Knip en plakwerk, 'bits and pieces' 'pur sang'. [MO]

--

[Fotobijschrift: De 'Daila Lama' figureerd in een uiting uit 1997, de 'Mata Hari' advertentie uit de 'Village Voice' en een fragment uit Apple's huidige tv commercial.]

--