

“Hoe groot is jou verlangen?”

De boodschap van de interactieve video kan op meerdere manieren worden geïnterpreteerd. Iedereen heeft zo zijn eigen gevoelens als naar beeldmateriaal wordt gekeken. Ik wil het hebben over een ander aspect van ons project. The ladykiller heeft als idee ongeveer een maand de klas bezig gehouden. Niemand wist eigenlijk wat het precies was. De daadwerkelijke hamburger is maar een 15-tal seconden in klas te zien geweest. Net voordat de vakantie begon en meesten al met hun hoofd ergens anders waren.

Misschien is dat ook wel de kracht...

De grote zoektocht naar de hamburger in de video duidt op een schaarste van dit product. Het vergt veel energie om het te bemachtigen. Het wordt enkel verkocht op een unieke locatie, op een bepaalde tijd. Het is ook niet voor iedereen, niet voor dames.

“Huh? Hoe zit dat met de schaarste? Je kan toch zelf ook de ingrediënten kopen en zo’n burger maken?” Dat is waar, als het moet maakt iedereen zo’n ding. Niemand probeert het, want het wordt vast toch niet zo lekker als de originele.

Deze suggestieve schaarste bevordert dus ook het verlangen in de Ladykiller.

Werkt het ook zo voor andere producten?

Je eerste BigMac. De enige plek waar je die kan kopen is bij een Mac Donalds. Je ouders willen daar absoluut niet heen. Op de televisie heb je al honderden keren de Mac reclame langs zien komen. Op de snelweg zeur je om te stoppen als je er langs rijdt. Dan heb je een verjaardag van een vriend. Het avondeten is in de Mac Donalds en je bestelt je eerste Big Mac... In 2011 gaat veel elektronisch. Een computer is vereist voor een internetverbinding en is dus jou virtuele toegangspunt tot de buitenwereld. Ook is het zo dat de meeste computers persoonlijk zijn. PC, laptop, danwel mobiele telefoon. Een computer in de woonkamer wordt langzaam overgenomen door een tablet op de bank, waarmee muziek geluisterd kan worden, kan worden geïnternet, spelletjes mee worden gespeeld en mails mee worden verstuurd.

De duurste en meest gehypte tablet is de iPad. Dit Amerikaanse bedrijf weet te presteren dat hun product in New York, de capital of the world, een maand na release nog steeds “uitverkocht” is. Blijkbaar hebben ze gelijk want het is mij niet gelukt om er een te bemachtigen. Maar zou deze schaarste komen door de waanzinnige hype om het product, of is deze gecontroleerd door Apple zelf? Het is ook geïnteressant dat de hype in stand gehouden wordt door krantenartikelen over de schaarste: “iPad 2 na eerste dag al overal uitverkocht!!”.

Schaarste manipuleren, om uiteindelijk meer winst te pakken op de lange termijn. Kan het kwaad? Wellicht in sommige sectoren van het zakenleven,

volgens de interessante documentaire 'Gashole'. Deze film gaat over de wereldwijde olie-industrie en haar ontwikkeling vanaf het nulpunt. Hoe in deze industrie veel winst wordt gehaald door bedrijfsspionage, patentenverduisteringen en het creëren en uitbuiten van schaarste.

Maar ook veel andere documentaires die de laatste jaren zijn uitgekomen gaan over de effecten van de hebzucht van macht van personen, groepen of bedrijven. De moraal blijft dat macht vaak overslaat in een zucht naar nog meer macht.

(Zeitgeist, the Corporation)

Het zijn in elk geval creaties gemaakt door mensen die zeer kritisch kijken naar het hier en nu. Daar houd ik wel van. Is een economie gebaseerd op geld, zoals wij dat kennen, eigenlijk wel positief voor onze samenleving als geheel? Is de huidige manier van democratie wel goed voor ons als bedrijven (met vaak hele andere belangen) zoveel invloed hebben op het verloop daarvan.

Heeft het zin om je met dit soort onderwerpen bezig te houden als jij als nietig individu daar zo weinig invloed op hebt?

Een ding weet ik zeker, de wereld is niet statisch, maar dynamisch. Ga ervanuit dat jou eigen beeld en begrip van de wereld ook kan en mag veranderen als goede 'wetenschappelijke' argumenten voorbij komen. Je ziet het overal terug, in de technologie op het moment het meest. Daar worden veranderingen (verbeteringen) op de huidige kennis constant toegejuicht als dat leidt tot snellere gadgets. Als iemand nu een "fout" geloof heeft, en dat wordt afgekraakt terwijl er een "nieuw" beter geloof naar voren komt ontstaat er vaak oorlog.

Maar kleinschalig zou elke fout toegejuicht moeten worden, bijvoorbeeld het missen van de bus, omdat het hopelijk aanzet tot het juiste de volgende keer in zo'n situatie. Een fout leidt zo tot verlichting. (Elk nadeel heb ze voordeel.)

De schaarste van de Ladykiller is helaas wel een realiteit. Ik denk niet dat hij nog vaak gemaakt zal worden.

Ximpel zou nog zeker van pas kunnen komen. Het lijkt me gaaf om eens een full hd ximpel applicatie te maken als promotie voor een product of feest. Je ziet steeds vaker full hd achtergronden in moderne website designs (www.wetransfer.com, www.22tracks.com, de reclame op www.nu.nl). Maar een full hd dynamisch achtergrond filmpje is totaal andere koek. Daar is best wel wat moois mee te maken, hopelijk zonder hamburgers, daar heb ik er genoeg van gezien.