

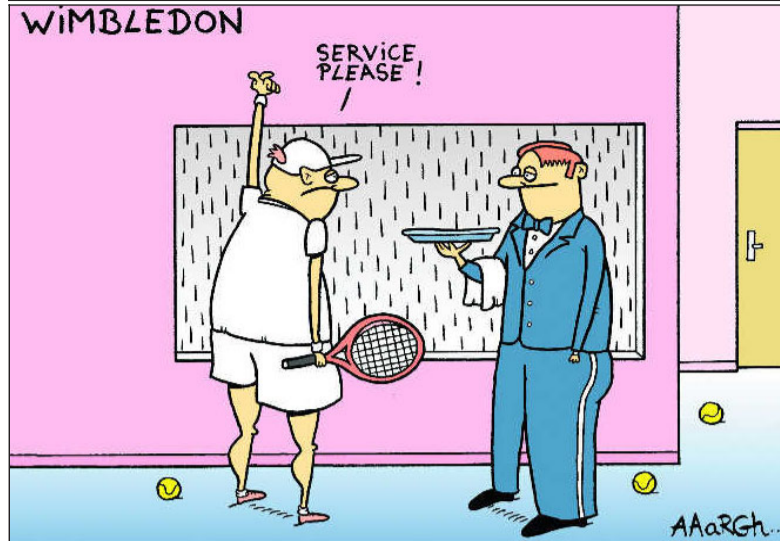
BEESTJES

door Schwanz



AAargh

WIMBLEDON



IPODISERING

ZORGT
VOOR
AFSTAND

Witte dopjes in de oren en een blik op oneindig, het is een beeld dat iedereen inmiddels kent van trein, bus en boulevard in Nederland. De iPod en zijn vele stiefbroertjes lijken alom aanwezig. En dat heeft een bredere impact dan alleen een strop voor de muziekindustrie, weten deskundigen.

door Sigrid Stamköt

In de ruim vijf jaar dat de iPod bestaat, ging de mp3-speler wereldwijd honderd miljoen keer over de toonbank. Tel daarbij de muzikale draagbare concurrenten op en de 'ver-mp3-sering' van de maatschappij is een feit: conducteurs die met stemverheffing om een plaatsbewijs moeten vragen of een nonstop kakofonie van muziek in de tram van mensen die de volumeknop van het glimmende apparaatje wel weten te vinden.

Nederland ver-iPodiseert, stelt ook Peter Heshof, marketing innovator en trendwatcher. En individualiseert daardoor nog meer. „De iPod staat symbool voor de trend dat mensen zich willen afsluiten van hun directe omgeving. Zeker op plekken waar de hectiek van ons bestaan naar boven komt, zoals openbare gelegenheden als de trein of op straat. Ieder individu wil zijn of haar eigen leven vormgeven. De iPod is een *tool* die ons in staat stelt om die behoefte te bevredigen, om ons leven zelf te kunnen bepalen en niet overgeleverd

te zijn aan de geluiden en bezigheden van anderen.”

Afzonderen

Cas Wouters, cultuursocioloog, ziet het in de oren drukken van de witte dopjes van mensen zeker in de Randstad ook als een vorm van anonimiteit: „Vooral in stedelijke gebieden zijn mensen anoniem voor elkaar. Ik weet dat in Azië mensen in overbevolkte gebieden, waar ze zich niet of nauwelijks kunnen afzonderen van anderen, een bepaalde houding aannemen die iedereen herkent als het signaal 'ik ben er niet'. Je zou die oordopjes van de iPod ook als zodanig kunnen beschouwen. Alsof die mensen rondlopen met een bordje waarop staat 'niet storen a.u.b.'” Het zich onttrekken aan de sociale omgeving begon al begin jaren tachtig, met de komst van de walkman. Grootste verschil, volgens trendwatcher Heshof: „Toen leefden we in een zogeheten wij-maatschappij, voortkomend uit de jaren 60 en 70, waarin het echt niet kon om je walkman overal op te zetten. Terwijl de iPod werd geïntroduceerd tijdens de ik-periode, voortkomend uit de jaren '80 en

'90, waarin het individualisme hoogtij vierde en waarin eerst het individu kwam en dan pas de sociale omgeving.” Ook het succes van de mobiele telefoon maakte de mens niet bepaald socialer, stelt Heshof. „Het mobieltje was eigenlijk de eerste uiting van onze behoefte om ons eigen leven vorm te geven. Het stelde ons in staat om zelf te bepalen wanneer, hoe en waar we contact hadden met onze omgeving. Het sluit naadloos aan op ons leven waarin wij de baas zijn. De overeenkomst met de iPod is dat ook het mobieltje werd gebruikt om je even af te kunnen zonderen van de sociale omgeving.”

Behoeft

Hij ziet de afsluiting van de directe omgeving niet als een negatief gevolg van de populariteit van de mp3-speler: „Deze apparaten helpen ons om onze behoefte in te vullen en daar wordt een mens gelukkig van. Jij zit in je Pink Floyd-moment, terwijl je buurman zich even waant in Brazilië met zijn salsa muziek. Voor je omgeving is het misschien niet zo prettig: zij worden niet opgemerkt en krijgen

duis niet wat ze op dat moment willen, maar andere iPodgebruikers snappen jou wel.”

Er is hoop voor hen die de ver-iPodisering van de maatschappij verafschuwen, aldus Heshof. „De komende jaren zal de sociale component wel belangrijker worden. Met als grote verschil dat de persoon nu zelf bepaalt wanneer, waar en hoe hij in contact treedt met zijn omgeving. Terwijl in de jaren '60 en '70 de groep leidend was en het individu hierin volgde. Je ziet het al terug bij de jeugd, de zogeheten Generatie Einstein, die continu online en in contact is met vrienden. Binnen onze eigen wereldjes hebben we meer behoefte aan contact met anderen, waarbij het individu wel zijn eigen voorwaarden en *tools* bepaalt.”

En het aanbod van die moderne gebruiksvoorwerpen wordt steeds groter. Internet, mobiel, iPod, ze zullen in de toekomst allemaal met elkaar communiceren en samenwerken, waardoor de gebruikers continu met elkaar verbonden kunnen en zullen zijn. Nu nog maken vooral jongeren gebruik van die mogelijkheid, maar Heshof voorspelt dat ook andere generaties deze manier van 'con-

FOTOCOMPILATIE: STAN VERBIEST



SPITS Elke dag 1,7 miljoen lezers
WETEN WAT JIJ WILT

Spits is onafhankelijk, onpartijdig en niet gebonden aan enige commerciële, politieke of kerkelijke belangengroepering. De krant wordt elke werkdag gratis verspreid in het openbaar vervoer, bij onderwijsinstellingen en universitaire ziekenhuizen. Spits geeft een overzicht van de belangrijkste nieuwsfeiten, met extra aandacht voor dagelijks wisselende thema's.

Hoofredactie: Bart Brouwers.
Directeur/uitgever: Marc Roos.

Adres: Basisweg 30, 1043 AP Amsterdam.
Postadres: Postbus 2620, 1000 CP Amsterdam.

Het verse Spits-nieuws is te zien op:
www.spitsnet.nl

Telefoon redactie: 020-5853045, fax: 020-5853065, e-mail: redactie@spitsnet.nl
Telefoon advertenties: 020-5853044, fax: 020-5853096, e-mail: sales@spitsnet.nl

Telefoon distributie: 020-5853067, fax: 020-5853097, e-mail: distributie@spitsnet.nl

Druk: Koninklijke BDU, Barneveld.
TDG Alkmaar.
TDG Amsterdam.

Alle auteursrechten en databankrechten ten aanzien van (de inhoud van) deze uitgave worden uitdrukkelijk voorbehouden. Deze rechten berusten bij BasisMedia BV.

HO
NIEUWS
INGEADRESSEERD

'Iedereen individualiseert nog meer'

Danny Janssen (24) uit Wieringerwerf, student e-technology, heeft z'n iPod Nano pas drie maanden, maar gaat de deur niet meer uit zonder het apparaatje. „In de trein, in de bus, op de fiets...” Janssen noemt zichzelf een sociale gebruiker van de mp3-speler. „Ik zet het volume nooit hoog. Ik erger me vreselijk aan mensen die de muziek zo hard hebben staan. Ik haal de oordopjes ook altijd uit mijn oren als ik de bus in stap, om de chauffeur te begroeten.” Om zich heen ziet hij steeds meer mp3-gebruikers. „Het is misschien een verkeerde ontwikkeling, want iedereen individualiseert nog meer.”



FOTO'S: EDDY BOSLAND

Mayra Smit (24) uit Medemblik, event-manager, heeft sinds een jaar een iPod Nano: „Iedereen om me heen heeft een mp3-speler, zelfs mijn kleine broertje van 10. Ik gebruik hem altijd als ik ergens heen moet. Ook op de fiets: ik ben zelfs een keer bijna aangereden. Ik zat met mijn muziek helemaal in mijn eigen wereld en hoorde een auto niet aankomen. Ik kon nog net uitwijken. De rest van de weg heb ik zonder oordopjes in gefietst, want ik was toch wel geschrokken.”



Henk Hoekstra (27) uit Groningen, financieel medewerker, heeft zijn iPod Nano nu een jaar en kan ook niet meer zonder. „Ik gebruik hem vooral veel in het openbaar vervoer en op de fiets. Als ik bijvoorbeeld in de trein zit, zet ik hem nooit erg hard, omdat niet iedereen hoeft aan te horen wat ik voor muziek wil luisteren. Als iemand anders zijn muziek voor mijn gevoel te hard heeft staan, zeg ik er wat van. Bijna iedereen zet hem dan vervolgens wat zachter. Als ik hem op heb, ben ik wel oplettender. Ik wil niet associëren over komen.”



DE VOLGENDE VERSLAVING?

door Dennis Mons

In Amerika liggen de fans al dagenlang voor de deur van winkels die de iPhone gaan verkopen. Vandaag is het dan zover, het nieuwe gadget is te koop. Gaat de nieuwe Apple-vinding eenzelfde impact hebben als de iPod? Dat staat nog te bezien.

Het toestel, dat voor een fikse 370 euro te koop is, heeft telefoontechnisch in ieder geval niet zoveel in de melk te brokkelen. Zo heeft het toestel een 2 megapixelcamera, terwijl 3,2 redelijk standaard wordt en Nokia en Sony-Ericsson zelfs 5-megapixelcamphones bieden. Lastig is ook dat wanneer je wilt bellen, je niet even snel een telefoonnummer kunt intikken. Daarvoor moet je eerst naar de 'telefoonfunctie' gaan. Op netwerkgebied heeft het apparaat sowieso een probleem. In Amerika kan het apparaat alleen omgaan met het zogenoemde EDGE-netwerk en dat is niet erg snel vergeleken met UMTS en HSDPA, twee rappe standaarden die in Nederland steeds populairder worden.

Natuurlijk heeft Apple's telefoon wel een aantal functies die net even anders zijn. Als je bijvoorbeeld de telefoon kantelt, kantelt het beeld mee. Of wat dacht je van inzoomen op foto's op de iPhone door twee vingers op de foto te zetten en die 'uit te rekken'. Ook draait het toestel op een aangepaste versie van Apple's OSX, waardoor het sowieso compatible is met Macs, maar ook Windows. Een van de leukste features is de manier waarop je door je muziek kunt scrollen. Door gewoon een neergaande beweging met je vinger op het mooie scherm te maken rolt je hele muziekbibliotheek aan je voorbij.

Dat de iPhone niet met speciale oordoppen wordt geleverd is spijtig, want aan die meegeleverde witte pluggen heeft de iPod een flink deel van zijn populariteit te danken. Mensen moeten natuurlijk wel direct kunnen zien dat je een iPhone hebt en met standaarddoppen ben je niet echt speciaal. Een Europese prijs en een releasedatum voor Nederland zijn voor de iPhone nog niet bekend.



ten' over gaan nemen. „We kunnen straks overal en continu online chatten, gamen en films kijken en ook contact zoeken. Je ziet bijvoorbeeld in de trein een leuke jongen en via het door jouw gekozen apparaat kun je digitaal contact gaan maken, gaan chatten, gamen. In die zin krijgt de ver-iPodisering wel een meer sociaal karakter. En je zult zien dat iedere trend ook weer zal leiden tot een tegentrend, waarin je ruimtes dan wel momenten krijgt waarin het verboden zal zijn om je af te sluiten, bijvoorbeeld op school en bepaalde treincoupés. Maar al deze digitale gebruiksvoorwerpen zullen een extra lichaamsdeel voor ons gaan vormen. En vergeet je deze supertool straks een keer, dan zul je je echt verloren voelen, want je mist dan je eigen vertrouwde wereld.”

vodafone

Alleen op vodafone.nl

Ervaar alles in stijl

LG KE970 Shine

- 2.0 megapixel camera
- MP3-speler

€ 0

bij een 2-jarig Vodafone 22,50
Nu de eerste 12 maanden € 16,95 per maand

Direct bestellen? Ga naar www.vodafone.nl/online en zie ook de voorwaarden.

Make the most of now

sale

3 halen, 2 betalen

28 juni t/m 1 juli
op reeds afgeprijsde artikelen
laagst geprijsde artikel gratis