

# Η επιρροή της Apple στην κοινωνία

---

1984

Η κεντρική διαφήμιση της Apple όταν παρουσίασε τον πρώτο προσωπικό υπολογιστή το 1984 που αποτελούσε σύλληψη των Steve Hayden, Brent Thomas, Lee Clow και σκηνοθετήθηκε από τον Ridley Scott. Αποτύπωνε μια νέα γυναίκα, η οποία έμπαινε μέσα σ' ένα μεγάλο δωμάτιο, στο οποίο βρίσκονταν υπνωτισμένοι άνθρωποι που κοίταγαν μια μεγάλη οθόνη, από την οποία ο Big Brother έλεγε:

Today, we celebrate the first glorious anniversary of the Information Purification Directives. We have created, for the first time in all history, a garden of pure ideology—where each worker may bloom, secure from the pests purveying contradictory truths. Our Unification of Thoughts is more powerful a weapon than any fleet or army on earth. We are one people, with one will, one resolve, one cause. Our enemies shall talk themselves to death, and we will bury them with their own confusion. We shall prevail!

(Σήμερα γιορτάζουμε την πρώτη μέρα της Καθαρότητας των πληροφοριών και των Οδηγιών. Έχουμε δημιουργήσει για πρώτη φορά στην ιστορία έναν κήπο ξεκάθαρης ιδεολογίας όπου κάθε εργαζόμενος μπορεί να ανθίσει ασφαλής από τα παράσιτα των αντιφατικών αληθειών. Η ενόπιση της σκέψης μας είναι πιο ισχυρό όπλο από οποιοδήποτε στόλο ή στρατό πάνω στη γη. Είμαστε ένας λαός, με μια θέληση, μια αποφασιστικότητα, έναν σκοπό. Θα επικρατήσουμε!)

Η νεαρή αθλήτρια τότε εκσφενδόνισε ένα μεγάλο σφυρί στη μεγάλη οθόνη, την έσπασε, ελευθερώνοντας με αυτόν τον τρόπο όλους αυτούς τους κοιμισμένους. Και βεβαίως το σφυρί ήταν ο προσωπικός υπολογιστής (κατ' επέκταση όμως και το διαδίκτυο...) και το μοτο της διαφήμισης ήταν «να δείτε γιατί το 1984 (η χρονιά δηλαδή, που παρουσιάστηκε ο προσωπικός υπολογιστής) δε θα 'ναι το 1984 το γνωστό βιβλίο» του George Orwell. Ας σημειωθεί ότι το διαφημιστικό κατατάχθηκε στη λίστα με τα 50 πιο επιτυχημένα διαφημιστικά όλων των εποχών. Με άλλα λόγια το μεταδιδόμενο μήνυμα της Apple προς την κοινωνία ήταν πως χάρη στον προσωπικό υπολογιστή και γενικότερα την τεχνολογική πρόοδο κάθε άνθρωπος θα είχε πρόσβαση στην γνώση και στην πληροφόρηση με συνέπεια να διαμορφώνει άποψη και θέση αποφεύγοντας τη χειραγώγηση και τη μαζοποίηση.

Μπορεί τελικά μέσα από το διαδίκτυο, ο απλός άνθρωπος από αντικείμενο χειραγώγησης, από απλός δέκτης πληροφορίας να μετατραπεί σε κύριο αυτής της πληροφορίας, να σπάσει τους μηχανισμούς ελέγχου

που επιβάλλονται και να ελευθερωθεί;

Οι δυνατότητες που υπάρχουν για παρακολούθηση, καταγραφή και έλεγχο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι περισσότερο από εμφανείς. Και ήδη αξιοποιούνται τόσο από δικτυακά μονοπώλια, όσο και απ' τα κράτη που αξιοποιούν τόσο τη διακυβέρνηση όσο και την ειδική σχέση που αντικειμενικά έχουν μ' αυτά τα μονοπώλια σ' αυτή την κατεύθυνση. Αυτός ο διεξαγόμενος «πόλεμος πληροφορίας» έχει πολλές διαφορετικές πτυχές.

Η συγκέντρωση πληροφοριών, αξιοποιώντας το διαδίκτυο είναι φυσικά μια εκδοχή του κυβερνοπολέμου, ίσως η ηπιότερη. Αξίζει, φυσικά, να σημειωθεί η τεράστια σημασία που έχει η πληροφορία στο σύγχρονο πόλεμο, στον πόλεμο κάθε είδους. Μια δεύτερη, εξίσου γνωστή, πτυχή του κυβερνοπολέμου εστιάζει στην αξιοποίηση του διαδικτύου για το χτύπημα ηλεκτρονικών υποδομών του εχθρού, που είναι συνδεδεμένα στο διαδίκτυο.

Όμως, ο κυβερνοπόλεμος έχει πολλές διαφορετικές πτυχές. Ο διευθυντής σύνταξης του περιοδικού του αμερικανικού στρατού, αναλύοντας τους πέντε άξονες των επιχειρήσεων πληροφορίας τους κατάταξε ως εξής: «Επιχειρήσεις ασφαλείας, ψυχολογικές επιχειρήσεις, παραπλάνηση, δικτυακές επιχειρήσεις και δικτυακός πόλεμος», ξεκαθαρίζοντας όμως: «Ο κυβερνοπόλεμος είναι ριζικά διαφορετικός απ' τα άλλα φαινόμενα του πεδίου της μάχης γιατί εστιάζει στην επιρροή της αντίληψης και της στάσης» (εννοώντας των λαϊκών στρωμάτων).

<https://www.youtube.com/watch?v=2zfqw8nhUwA>

## Το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται η Apple



Οι εκπρόσωποι της Apple εξηγούν ότι «οι άνθρωποι έχουν μια απίστευτα προσωπική σχέση» με τα προϊόντα της Apple. Το άνοιγμα νέων καταστημάτων ή η άφιξη και διάθεση ενός νέου προϊόντος, προσεγγίζουν πλήθη χιλιάδων ατόμων, με χιλιάδες να περιμένουν στην ουρά μια ημέρα πριν από την έναρξη ή να πετούν από άλλες χώρες για την εκδήλωση. Για παράδειγμα, στο άνοιγμα της Νέας Υόρκης Fifth Avenue "Cube" το κατάστημα είχε μια γραμμή μισό μίλι μακριά. Η γραμμή για το άνοιγμα Ginza στο Τόκιο εκτιμάται ότι περιελάμβανε χιλιάδες ανθρώπους και

ξεπέρασε οκτώ τετράγωνα της πόλης.

Ο John Sculley, δήλωσε στην εφημερίδα Guardian το 1997: "Οι άνθρωποι μιλούν για την τεχνολογία, αλλά η Apple ήταν μια εταιρεία εμπορίας. Ήταν η εταιρεία εμπορίας της δεκαετίας.». Η έρευνα το 2002 από NetRatings δείχνουν ότι ο μέσος καταναλωτής της Apple ήταν συνήθως πιο εύποροι και καλύτερη μόρφωση από τους άλλους καταναλωτές εταιρεία PC. Η έρευνα έδειξε ότι αυτή η συσχέτιση θα μπορούσε να προέλθει από το γεγονός ότι κατά μέσο όρο τα προϊόντα της Apple Inc. ήταν πιο ακριβά από ό, τι άλλα προϊόντα PC.

Εξάγεται λοιπόν ως συμπέρασμα από τα παραπάνω πως η εταιρία Apple επηρέασε έντονα τα καταναλωτικά πρότυπα της εποχής της απευθυνόμενη στους εύπορους καλλιεργώντας όμως την ψευδαίσθηση ότι τα προϊόντα της ήταν προσιτά από όλους.

## Η ενσωματωμένη αχρήστευση

Στην ανάκληση επαναφορτιζόμενων μπαταριών λιθίου προχωρά η εταιρεία Rainbow AE, επίσημος διανομέας της Apple στην Ελλάδα και Κύπρο. Πρόκειται για μπαταρίες που χρησιμοποιούνται στους φορητούς υπολογιστές Apple μοντέλα: iBook G4 με οθόνη 12 ιντσών, PowerBook G4 με οθόνη 12 ιντσών και PowerBook G4 με οθόνη 15 ιντσών. Οι μπαταρίες κατασκευάστηκαν από την εταιρεία Sony Corporation στην Ιαπωνία από τον Οκτώβριο του 2003 έως και τον Αύγουστο του 2006 και μπορεί να υπερθερμανθούν, με κίνδυνο ανάφλεξης.

Εκτός από το παραπάνω περιστατικό τα τελευταία χρόνια πληθαίνουν οι διαμαρτυρίες και τα δημοσιεύματα για τα προϊόντα της εταιρίας αφού καθίσταται ιδιαίτερα δύσκολο δαπανηρό να επισκευαστούν. Για παράδειγμα, η αποκατάσταση μιας μπαταρίας σε ορισμένες συσκευές της εταιρίας μπορεί να κοστίζει τόσο πολύ, όσο σχεδόν η αγορά μιας νέας συσκευής.

## Think Different

Το παραπάνω motto χρησιμοποιήθηκε από την Apple από το 1997 και έπειτα. Με ένα διαφημιστικό που παρουσίαζε σημαντικά ιστορικά πρόσωπα όπως ο Martin Luther King, η Μαρία Κάλλας, ο John Lennon κ.λ.π η Apple προέτρεπε στην ενίσχυση και ενθάρρυνση των ανθρώπων που αμφισβητούν το κατεστημένο και είναι καινοτόμοι και ρηξικέλευθοι. Με αυτή την γενικώς ορθή θέση που είναι ευρέως αποδεκτή η Apple δημιούργησε το προφίλ της προοδευτικής εταιρίας και προέβαλε ορισμένα πρότυπα συμπεριφοράς στο κοινωνικό σύνολο.

<https://www.youtube.com/watch?v=orBxIh6D8RI>

Βιβλιογραφία

Wikipedia.org

Εφημερίδα Καθημερινή

Εφημερίδα Το Βήμα

Εφημερίδα Ριζοσπάστης.

Μυρτώ Καλτικοπούλου