

Verkoper

Kinderwagen

Een goede verkoper laat de koper iets kopen naar diens eigen beeld en voorstelling. Afhankelijk van de klant is dat afgetrapte Opeltje Kadett een goedkoop vervoermiddel van A naar B. Of een eerste gezinsauto waar ook kindervagen nog in past. Of het beste-alternatief-na-ontslag voor de leasebak, ...

Handelsreiziger

Ook een procesmanager is zo'n verkoper, zo'n handelsreiziger in dingen en ideeën. Die verkoopt oplossingen, aanpakken, mogelijkheden en alternatieven. Wie dingen verkoopt (een brug, rotonde, windturbine, dijk, terp) heeft het voordeel dat je die kunt visualiseren, uitrekenen, vastpakken. Het lastige van ideeën is, dat ze nog geen dingen zijn. Ze zitten in jouw hoofd, alleen jij kunt je er iets bij voorstellen, nou de ander nog. Het komt erop aan, dat idee zo te vertalen dat het aansluit bij taal en cultuur van de ander. Pas dan kan die zich er een eigen beeld en voorstelling van maken.

Overvieweffect

Hoe moeilijk dat is, staat in een [artikel](#) in de wetenschapbijlage van de Volkskrant. Dat beschrijft het *overvieweffect* heel mooi als "...het ontzag, de verbondenheid en de verantwoordelijkheid die in ruimte reizigers opwelt bij de aanblik van dat fragiele bolletje waar de dampkring als een dun schilletje

omheen hangt, de aarde.” Voor wie het met eigen ogen heeft gezien is het een overweldigende en tot actie aansporende ervaring die hij graag wil overdragen. Maar dat is nog niet zo gemakkelijk. Misschien biedt *virtual reality* uitkomst, besluit de krant.

Vastgeklonken

Wie is vastgeklonken aan het aardoppervlak moet het vooralsnog doen met foto's. Natuurlijk wordt het artikel geïllustreerd door de [Earthrisefoto](#). De bemanning van Apollo 8 zag in 1968 wat nog niemand ooit had gezien: de aarde die opkomt boven de maanhorizon. Bill Anders maakte er een foto van. Die contrasteert in een beeld de veelkleurige aarde met de inktzwarte ruimte en het grauwe maanoppervlak.

Blauwe knikker

Een andere iconische foto uit de begintijd van de bemande ruimtevaart is [Blue Marble](#). Eind 1972 nam Jack Schmitt van Apollo 17 een foto van de volle, door de zon verlichte aarde. Minstens zo sterk als Earthrise laat de aarde-als-blauwe-knikker zien hoe uniek de aarde is – het *overvieweffect*, kortom, maar dan tweedehands.

Motief

Het motief van zowel Earthrise als Blue Marble is eerder vastgelegd. De kunstmatige maansatelliet Orbiter 1 maakte al in 1966 een [zwartwitversie](#) van Earthrise. En een Blue Marble in [lage resolutie](#) was in 1967 gefotografeerd door de DODGE-satelliet. Intrigerend is dat die foto's allebei zijn gepubliceerd maar niets hebben losgemaakt. Je zou zeggen:

kleur, detail en een menselijk verhaal zijn kennelijk onmisbare ingrediënten om de boodschap over te brengen.

Bewerkt

Nog intrigerender is dat Earthrise en Blue Marble zoals wij die kennen bewerkte versies zijn van de originelen. Op de oorspronkelijke Earthrisefoto staat de maanhorizon verticaal en komt de aarde links daarvan op. En op het origineel van de Blue Marble staat de zuidpool bovenaan.

Vertaling

Leve de foto-editors van NASA! In onze voorstelling komt iets altijd op boven de horizon en niet ernaast. En de zuidpool hoort nu eenmaal onder- en niet bovenaan de globe. Door de foto's te draaien hebben ze die vertaald in onze (beeld)cultuur. We herkennen de dingen die we zien meteen. De vertaling maakt de weg vrij, ons te verdiepen in het idee erachter. De vertaling vergemakkelijkt de verkoop ervan.

(oktober 2017)