

Metadata zijn geld waard

27-03-2012 08:20

Voor de studenten waar ik op dat moment mee praat is ze een inspiratiebron. Blijkbaar kun je geld verdienen met het vertellen of iets laten zien over een onderwerp dat je interesseert. Uitgeven voor tieners? Kans of een bedreiging voor uitgevers?

Na afloop sprak ik nog even met de docent economie over leermiddelen, digiborden en uitgevers. Over hoe de lessen economie leuk gemaakt worden: in plaats van alleen theoretisch studiemateriaal werden ook workshops, klaslokaalexperimenten en ondernemingsspellen bedacht. Ook worden YouTube-filmpjes verzameld die gaan over een bepaald onderwerp dat behandeld wordt in de klas. "Maar leveren uitgevers die content niet?" vroeg ik. "Nee", werd er geantwoord, "of het materiaal is veel te duur, of ontoereikend." "Wat heb je dan verzameld?" "Eigenlijk heel eenvoudig, ik zoek naar YouTube-filmpjes die ik mijn klas kan laten zien. Deze filmpjes gaan over een onderwerp, korte filmpjes binnen een thema. Dit spreekt de leerlingen erg aan. En omdat de verzameling steeds groter werd, heb ik een database aangelegd. Eenvoudig omschrijven, waar gaat het over, thema, onderwerp, en natuurlijk de link naar het YouTube-filmpje. Ik hoef alleen even te zoeken en heb het juiste filmpje zo gevonden. En met bit.ly kun je het gebruik ook nog makkelijk meten."

"Mijn collega-docenten maken ook gebruik van mijn database en hebben een abonnement genomen. Voor nog geen € 18,- per jaar kunnen docenten gebruikmaken van de database. Als zij geen budget hebben, dan kan ook gekozen worden voor een gratis abonnement waarbij ze 15 filmpjes per jaar moeten aandragen die nog niet opgenomen zijn in de database."

"Kortom, door het eenvoudig bijhouden van metadata over content die niet perse van de uitgever zelf is - ten slotte staat de content als filmpjes op YouTube - verdien jij geld hieraan." "Ja, want de kosten zijn erg laag en het is betaalbaar voor de meeste docenten."

Ik vind dit een prachtig voorbeeld van hoe je heel eenvoudig met metadata geld kunt verdienen. De waarde zit niet alleen in de content, maar ook in de context en de verzamelde links.

Is dit een kans of een bedreiging voor educatieve uitgevers?

Je kunt het als volgt zien. Wat wordt het: linken of verlinkt worden ...

Laat ik het even samenvatten (ik zit nog in de modus van gastdocent):

1. Het is zeer krachtig als iemand uit de doelgroep iets aanbiedt aan de doelgroep.
2. Je kunt naar content dat openbaar is gemaakt - bijvoorbeeld door middel van YouTube - verwijzen (linken).
3. Informatie over deze verwijzingen (metadata) is geld waard.

Metadata en links bieden kansen voor nieuwe uitgeefconcepten. Deze meta-informatie - mits goed gemanaged - zal meer geld waard worden naarmate er meerdere contentbronnen ontsloten worden. Denk ook aan film, social media, blogs... We kunnen samenwerken met afnemers, die ook nieuwe meta-informatie kunnen aanleveren. De uitgever blijft met zijn vak, bureauredactie en professioneel content-managementproces dé persoon die consistentie en overzicht kan aanbieden. Combineer (linken), gebruik ingrediënten (mag dus ook van een ander zijn), maak fijne recepten (metadata) en creëer leuke, interessante en waardevolle producten. Eet smakelijk.