Het nieuwe communiceren

06-10-2011 09:12

Einstein ontmoet Einstein

Wat is het idee? De stad moet landelijk en internationaal op de kaart gezet. De onderwijsinstellingen zoeken een platform waar hun studenten zich vrij voelen. Het moet voor jonge mensen weer leuk worden elkaar in het debat te ontmoeten. Niet alleen studenten, maar ook selfmade professionals. Verbreding naar andere geledingen van de samenleving is gewenst. Breed, breed en nog eens breed. Doelgroep 20+ zogezegd. Al snel komt de vraag op hoe jonge en oudere mensen met elkaar in contact komen. Einstein ontmoet 'de generatie Einstein', wordt geopperd. Laat de talenten van de toekomst zich spiegelen aan de toppers van nu. En omgekeerd. Laat de 40+ generatie van internet immigranten eens zien waartoe de native user generatie in staat is. Het debat zonder dat er gesproken wordt, hoor ik als suggestie.

Leading toppics

Waarover kan men dan in gesprek raken? Duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid liggen voor in de mond. Er wordt gevraagd om concrete voorbeelden. Na een goed glas worden voorstellen gedaan. Het verhaal komt daarbij als draaipunt naar voren. Studenten van 20 vertellen met welke 50-er ze om de tafel willen. Linda de Mol, Jonnie Boer, Victor&Rolf en Jeroen Pauw verhalen waar ze vandaan komen en welke weg ze hebben afgelegd. Hun multimediale biografie in de app-store, maar ook in een dedicated expositie verbeeld. Oude en nieuwe media ontmoeten elkaar. Boven de stad een 4-D manifest. Vanuit het hele land vragen via Twitter op een groot scherm. Stemkastjes gekoppeld aan leading toppics.

Van slop naar top

Is dat de manier om van een boekwinkel weer een bruisend centrum voor cultuur en communicatie te maken? Vanuit het slop naar de top? Wie het weet mag het zeggen. Het getuigt in elk geval van grote ambitie om op één plek boeken, beeld- en geluidsdragers, schrijfwaren, wijn, kunst&design, cadeau’s, hardware én kinderspeelgoed bijeen te brengen. Daar een fysieke- en virtuele expositieruimte aan te verbinden, een plek te creëren waar jong en oud graag samenkomt, ziet, gezien wordt en elkaar ontmoet in het debat is een droom. Maar wellicht is het tegelijk een toekomstbeeld dat dicht bij de realiteit ligt. Het nieuwe communiceren gaat namelijk niet alleen over sociale media. Het gaat nog steeds over de complete mix aan media en communicatiemiddelen. Dat Internet daarbij de economische motor vormt, wil niet zeggen dat de klassieke media geheel overboord moeten. Zij zullen in de nieuwe mix die ontstaat hun steentje blijven bijdragen aan het geheel. Het is onze taak om uit te vinden hoe de samenstelling van de juiste blend eruit ziet.

David Huijzer