

Facebook crisis is kans voor uitgevers: laat zien wat je kunt!

06-07-2020 09:17



Terwijl adverteerders Facebook de rug toekeren en daarmee ook social media onder vuur komen te liggen vanwege het gebrek aan redactionele begeleiding van de content, biedt deze ontwikkeling uitgevers de kans iets van hun verloren terrein terug te winnen: zij kunnen iets dat social media niet kan...

Als je zoekt op de definitie van social media, dan vind je onder meer deze op Wikipedia: *Sociale media is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Hoofdkenmerken zijn interactie en dialoog tussen de gebruikers.* Ik heb de zin die hier bijna letterlijk centraal staat even onderstreept. Deze zin zegt een boel: 'gebruikers verzorgen inhoud, zonder (of met minimale) tussenkomst van een professionele redactie'. Het is precies deze vrijheid die social media tot iets moois maakt: een platform voor iedereen, een democratische tool bij uitstek. En tegelijk ligt hier, en dat blijkt deze dagen, de achilleshiel: geen enkele controle.

Dat social media veelal het rioolputje van de samenleving is, dat is al veel langer bekend. Vooral Twitter lijkt verworpen tot een plek waarin iedereen die zijn of haar gal wil spuien een plek heeft weten te vinden. Maar nu lijkt de verontwaardiging over de hoeveelheid nepnieuws en haat-content die social media overspoelt te kruisen met het tijdsgewricht. Adverteerders beginnen er genoeg van te krijgen en de social media liggen nu serieus onder vuur, hoewel Zuckerberg denkt dat het allemaal wel weer mee gaat vallen en de soep niet zo heet wordt gegeten als hij wordt opgediend.

Tegelijkertijd zouden uitgevers zich nu meer kunnen laten gelden als de poortwachters van de beschaving. Niet door censuur, maar juist door de tussenkomst van een professionele redactie. Natuurlijk zijn er juist nu ook politici die deze professionele redacties niet erkennen en herkennen en de traditionele media juist beschuldigen van vooringenomenheid en censuur en sturing. Wellicht dat zij zich dan maar via het open-riool

moeten blijven uiten. De media in Nederland is divers genoeg om iedere stem en iedere mening een plaats te geven.

En juist daar ligt dus de kracht van uitgevers: nieuwsmedia, maar ook uitgevers van special interest en publieksmedia, hebben iets dat social media niet heeft: een professionele redactie. En dus bieden zij lezers content die kwaliteit heeft en die voorzien is van een stempel. Daar zouden adverteerders ook eens over na moeten denken: wellicht is het goed om deze media te ondersteunen met je advertentiebudgetten. Dit is een win/win situatie: adverteerders krijgen een Umfeld waar ze zich niet voor hoeven schamen en uitgevers kunnen hun producten blijven maken waar blijkbaar velen toch stiekem heel veel waarde aan hechten.

De aantrekkingskracht van social media ligt in de profielen van gebruikers, het gericht kunnen targetten van de doelgroep. Dus uitgevers, kom op: ken je klant en biedt de adverteerder die gerichte campagne met daarom heen content gemaakt door een professionele redactie!

David Huijzer