Mubarak demystifceert Social Media (column)

15-02-2011 12:00



Pijnlijk duidelijk wordt dat de innovatieve kracht van veel uitgevers volledig is vergrijsd. Toen ik na mijn afstuderen toetrad tot de nobele uitgeefbranche, heerste er nog een gevoel van trots en vakmanschap. Als je in de uitgeefsector werkte, dan speelde je een belangrijke rol in het informeren, opleiden en vermaken van Nederland. En dat deed je in een mooi ambachtelijk proces, met ontwikkelingen in drukprocedes, steeds fraaiere papiersoorten, veel aandacht voor taal en vormgeving.

Ik was in die uitgeverij een van de eersten die met nieuwe media aan de slag ging. Ik heb de advertentieverkopers zien worstelen met de verkoop van banners en buttons. Niet serieus te nemen spielerij, vonden ze dat. Laat staan dat ze er een gulden voor durfden te vragen. Een aantal mensen verliet de uitgeverij. Ik heb contact met ze gehouden, het waren echte vaklui. Elke paar jaar veranderden ze vervolgens van baan, naar uitgeverijen die al die nieuwerwetse zooi buiten de deur wisten te houden, waar uitgeven nog een ambacht was waar je vol smart over kon spreken. Uiteindelijk waren sommigen gedwongen hun heil elders te zoeken, veelal bij de overheid. Anderen verkochten hun uitgeverij, er viel geen lol meer aan te beleven. Om vervolgens de met eigen handen opgebouwde tent binnen twee jaar alsnog failliet te zien gaan.

Zonde! Er zijn kansen genoeg! Geef jezelf twee verkwikkende meppen op je wang en gooi die paniek overboord! Kijk nou eens naar meneer Mubarak, die bewijst in zijn eentje hoe overhyped de boel is, en hoe de kwaliteit te grabbel is gegooid. Vroeger was een journalist iemand waar je tegen op keek. Tegenwoordig is het

gros bezig om als schooiers rondom permanent lekkende bronnen scoops te vinden. Een journalist? Dat lijkt tegenwoordig wel iemand die is opgeleid om als een ranzige loser een achterhoedegevecht te voeren tegen de snelheid waarmee de wereld is gaan communiceren!

Meneer Mubarak gooit op een donderdagmiddag in februari wat losse flodders de wereld in. Vanavond gaat hij iets bekend maken. Een paar uur later vallen experts op alle media over elkaar heen om als eerste zijn aftreden bekend te maken. Fijn! Er is niet leukers dan geschiedenis live mee te maken, dus dat wordt een avondje Al Jazeera. Massaal zit de wereld voor de buis, dit willen we meemaken. Niemand, HELEMAAL NIEMAND vraagt zich af waarom Mubarak ineens zou denken aan aftreden. Zijn reputatie geeft geen enkele aanleiding te denken dat de man ineens een hele heldere ingeving heeft gehad waaruit hij zou kunnen concluderen dat HIJ in de weg zit. Natuurlijk niet!

Daar hoop ik op de traditionele media. Dat ze teruggrijpen op die trots van vroeger, en daarbij alle technologische mogelijkheden benutten om objectief en helder zaken uit te leggen. De huidige draaikolk slurpt alle media richting hijgerige na-aperij met als enige doel effectbejag. Met als mooi voorbeeld twee hoofdredacteuren van nationale nieuwsrubrieken die hun onderlinge strijd om Wikileaks scoops uitgebreid op prime time mogen komen uitleggen. Over navelstaarderij gesproken. Lekker belangrijk.

Het wordt tijd dat de media een stevige salestraining ondergaat, en klantdenken centraal stelt. Haal er een paar praktisch ingestelde mobiele adepten bij, en bouw voort op trots. De weg vooruit is mooi! Ik wacht op de eerste uitgever die erin slaagt de stem van Nederland in de Tweede Kamer te laten horen. Niet via populistische vertegenwoordigers, maar daadwerkelijk geaggregeerd en real-time. De mogelijkheden zijn er. Het enige wat ontbreekt is een heldere uitleg aan de meestemmende burgers van het issue dat speelt. En laat dat nou net ooit de core compententie van de journalistiek zijn geweest.

Paul Baan

David Huijzer