

Hoi met mij

Katten, honden en baby's zijn spraakmakers, maar wij functioneren vanaf het kindmoment als onmondige praatpalen. Gooi een kat in een wachtkamer en iedereen praat ineens *poes-poes-poes* en hoopt op *kopje-knor*. Zet twee vreemde honden bij elkaar en de bazen gaan tegen elkaar praten. Parkeer een kinderwagen in de supermarkt en je hoort *enwat zeggie dannn?* Doe een peuter in het winkelwagentje en ogen nemen de interactie over. Over kinderen wordt gepraat: ze had gisteren buikpijn of hij doet het goed op school. Die afwijking zet zich bij volwassenen voort: Mijn vrouw heeft last van de tocht, deze broek staat mijn man niet en zij wil graag bij het raampje zitten.

Digitaal besta je als case, file, object of profiel. Ga naar de specialist, en je bent een knie of buik. Voor de bank ben je een risico. Voor de werkgever een middel. Als prepaid ben je een minpunt. Abonnees tellen pas als nummer. Dat is niet hetzelfde als klant. Naar klanten luister je voor je praat. Met praten krijg je je gedachten op een rij, luisteren is het begin van een dialoog. We hebben het bij *interactive voice response* over dialogen, maar wij pushen en de machine stoot klanken uit. Luisteren? Dat kunnen volwassenen niet meer. Net zomin als spelen.

Tijdens de vierjaarlijkse karavaan verweeten jongeren de verkiesbare volksvertegenwoordigers dat ze niet luisteren naar het volk. Alleen maar hun eigen verhaaltje vertellen. Diskjockeys, receptie-lopers, wandelgangsters, analisten, commentatoren en callcenter-agents; het praten houdt niet op. Relaties eindigen maar de partners blijven elkaar met geluid besproeien. Als je vertelt dat je ziek bent, gaat de ander plotseling vertellen wat 'm allemaal is overkomen. Praten om jezelf te horen. Misschien is daarom de wandelende telefoonhoorn zo populair. Alternatief voor Freud's sofa. Je hoort jezelf.

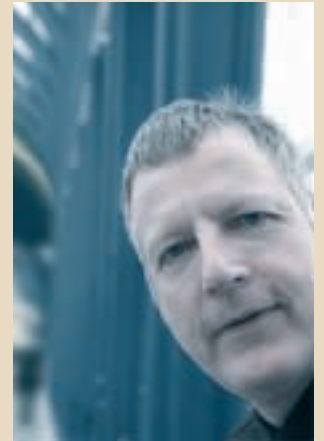
In Egypte doen ze dat handiger. Verkopen look-a-likes voor de helft van de subsidie. In Engeland heb je nu *flirt alert*. Je telefoon gaat en een blind-date meldt zich. Mocht het tot een vervolg komen, kun je je versiersvaardigheden testen door te reageren op vragen van je virtuele vriendin. De mobiele industrie gaat in bed met Playboy om kleurenplaatjes te bekijken en door te sturen naar anderen. Online-strippokerspelletjes en videoclips zijn op komst. De rode lampjes gloeien om de telecommers in de erotisch vermaakindustrie te loodsen. De aanbieders moeten wel alles uit de kast halen omdat de mar-

ges op het normale spraakverkeer inzakken en de groei in de verkoop van nieuwe abonnementen stilvalt. Het is telecommertijd. Opvallend dat de sector na de 06-lijnen wederom contact zoekt met een vermaakindustrie, waar geld wordt verdiend aan verslaving, illusie en banale lust. Is dat hun gelijkenis?

De grootste bioscoopkaskrakers Titanic, Lord of the Rings, Harry Potter, Jurassic Park en Shrek hebben kenmerkende overeenkomsten: ze gaan over dagelijkse dingen zoals relaties, avontuur en groepsverbondenheid. Daarom zijn ze populair bij jong en oud. Praten met elkaar over avontuurtjes. Luisteren naar de laatste nieuwtjes. Waar is de uitvinder van de mobiele conferentietelefoon? Wat zou het makkelijk zijn als ICQ kon praten. Kan techniek daarbij helpen? Natuurlijk, techniek helpt je vooruit. Je komt nog eens ergens. Soms in de sloot, vaak aan lager wal, maar uiteindelijk met wat goede wil begrijpen een paar mensen hoe de techniek af en toe werkt.

Help online. Nee, dat is niet hetzelfde als een helpdesk. Laat staan als een SLA. Sla eet je liever met een sausje. Niet teveel olie vanwege de gladde jongens. En niet teveel azijn want anders kijk je zuur. Wel wat yoghurt erbij, graag zonder tampon. Want naar dat soort verhalen willen we niet luisteren. Immers, luisteren is minder waard dan praten. Ontvangen is goedkoper dan zenden. Dat hebben die operators al jaren door. Daarom is bellen naar iemand duurder dan opgebeld worden. Een vorm van push marketing. Viagra als lippenstift. Is dat *push of pull*? Je lippen als verzender om te ontvangen. Dat is pushen. Het liefst zend je jezelf naar zoveel mogelijk. Net als bij karaoke en SMS via TMF. Operators bewegen zich in een ander circuit. KPN pusht clubs.nl. Virgin is ontmaagd. Bij Hutchison bepaalt en betaalt de klant de pull van verderf. De Engelse 3G primeur van push up zonder pull over. En bij deze column? Shit, de uitzondering op de regel. Want ik word betaald om te zenden en u moet betalen voor het ontvangen.

Jacob van Kokswijk



De rode lampjes gloeien om de telecommers in de erotische vermaakindustrie te loodsen