Wij hebben ongelofelijke haast …

11-09-2012 12:14

Wat hebben al deze dingen met elkaar te maken? Wat mij betreft zijn het in meer of mindere mate uitwassen van een ontwikkeling van ‘slow’ naar ‘fast’. En let wel: drie van de vier voorbeelden zijn direct te vertalen naar media-formats. Wij, de uitgevers, hebben dus ook allemaal haast.
Natuurlijk verandert het informatiegedrag van de informatieconsument razendsnel, en natuurlijk zijn mensen gewend in hoog tempo nieuws te consumeren. Maar dat is het halve verhaal. Mensen willen soms ‘fast’, maar ze willen soms ook ‘slow’. Kijk maar naar het gemopper op die verkiezings-tv-formats, en kijk maar naar het succes van programma’s waar geïnterviewden wél de kans krijgen om vier volzinnen achter elkaar uit te spreken (zoals het veelgeprezen ‘Kijken in de Ziel’ van Coen Verbraak)
Het ‘tempo’ dat wij onder wij onze producten hangen lijkt me een erg interessant thema voor een mooie – rustige – heisessie. Niet vanuit de gedachte dat al die snelle formats per definitie niet ok zijn. DWDD is een mooi programma, en razend populair, nietwaar? Zo’n sessie zou wél leuk kunnen zijn als de insteek zou zijn om eens te kijken waar we misschien doorslaan, en of we in onze gejaagdheid niet te makkelijk over mooie ‘slow’-mogelijkheden heen stappen.
Want daar zit een risico, denk ik. Als we straks met een loupe moeten zoeken naar dat mooie, breed uitgewerkte achtergrondverhaal in de krant, en als onze politici nooit meer een écht vergezicht (kunnen) uiteenzetten op tv, dan verschralen de media.