

Alles maar downloaden? Nee!

Alex van Amersfoort, 22 92 66, v1cc4

“Ik ben lid geworden van de ‘download-een-leven’ hyves, te gruwelijk gewoon!” schreeuwt mijn zusje op een maandagavond door de woonkamer. Ik geef haar een wat lacherige blik en ga verder achter mijn laptop. ‘Download een leven’ denk ik bij mijzelf, waar gaat het toch heen met de maatschappij. Het moderniseren en ontwikkelen zal toch ook zijn grenzen hebben? We downloaden tegenwoordig van alles, we doen van alles ‘online’ of halen het wel daar weg. Bankzaken, verzekeringen, schoolroosters, shoppen en natuurlijk artikelen lezen. Zelfs complete magazines kunnen we met gemak van het world wide web plukken. Dan kunnen we zelfs nog precies samenstellen wat er in het magazine moet staan ook! Het is gemakkelijk om alles precies te hebben zoals je het wilt. Maar zal het voor iedereen en voor alle situaties even gemakkelijk zijn? Ik denk van niet. Ik vind namelijk dat de online magazines de traditionele gedrukte magazines niet kunnen vervangen.

Afleiding door Marlies

Een hele herkenbare irritatie van veel mensen zullen de pop-ups zijn die omhoog springen in je scherm. Je zit net lekker in een interessant verhaal over een olifanten tehuis in het oerwoud van India, als er een grote reclame pop-up van de nieuwste lingerielijn van Marlies Dekkers in beeld verschijnt. Dan is het kruisje in de rechterbovenhoek ook nog eens niet te vinden. Als ik vervolgens ergens op wil klikken wordt ik gelijk doorgelinkt naar de website van Dekkers. Weg is mijn artikel! Ik weet ook niet meer precies hoe ik er gekomen ben. Uit frustratie heb ik alweer zoiets van ‘laat maar zitten’. Dit had ik met mijn gedrukte boekje niet gehad. Het is tegenwoordig op veel websites zo dat een artikel helemaal uit zijn vorm getrokken is door reclame. Dit is een factor die toch een aantal mensen tegen zal houden om standaard online de magazines te bekijken.

Door de bomen het bos niet zien

Niet alleen de online reclame zorgt ervoor dat de lezer z'n aandacht zo weg is bij een artikel. Ook de andere handelingen en gebeurtenissen op het computerscherm spelen daar een rol in. Een msn gesprek roept en je krijgt net een nieuwe email binnen. De virusscanner begint tegelijkertijd ook nog te protesteren, dus je hebt het weer druk zat. Na alles te hebben beantwoord en te hebben bekeken pak je het artikel er weer bij, maar waar was je ook alweer gebleven?! Dan komt er ook nog een zeurderige hoofdpijn opzetten omdat je al zolang naar het scherm aan het kijken bent. Erg vervelend allemaal, maar het kan anders! Als je een gedrukte magazine pakt heb je bijna geen afleiding. Mocht je net theewater op hebben staan dat begint te koken, dan zet je even een klein streepje bij de regel waar je gebleven bent. Na het inschenken van een heerlijk bakje thee pak je het boekje er weer bij en kan je in alle rust weer verder gaan met lezen.

Dat doe je op je scherm ook niet zo makkelijk. Even een streepje zetten waar je bent gebleven. Een bladzijde dubbelvouwen wordt al helemaal lastig en de wekelijkse kruiswoordpuzzel is in geen velden of wegen te bekennen.

En oma dan?

Op de vraag of online magazines voor iedereen gemakkelijk zijn, durf ik als antwoord wel 'nee' te geven. Een doelgroep die vaak vergeten wordt in nieuwe ontwikkelingen zijn de oudere mensen. Ik denk ook dat deze doelgroep een groot nadeel zal ondervinden als de gedrukte magazines verdwijnen en er alleen nog maar online magazines zullen bestaan. Door ouderdom zullen veel van hen niet meer goed van een beeldscherm af kunnen lezen, of begrijpen hoe ze de gewenste informatie in beeld krijgen.

"Maar over 40 jaar zijn wij die ouderen, en wij zijn met internet opgegroeid dus voor ons is dat dan geen probleem meer". Sprak een medestudent. De komende jaren zullen wij zeker met alle ontwikkelingen meegaan. Maar zogauw wij met pensioen gaan en de hele dag thuis zitten, gaan we achterlopen. Dan gaan er ontwikkelingen aan ons voorbij. Na een leven hard gewerkt te hebben, hebben wij ook niet meer de zin en energie om maar van alles nieuw te leren. Wat ik hiermee wil zeggen is dat als de online magazines zich ook dan verder blijven ontwikkelen, wij toch veel beter gewoon een boekje in ons hand kunnen hebben!

Bestaand en van kracht

Zo snel mogelijk horen of Patty Brard een nieuwe vriend heeft. Dat Marco Borsato's nieuwe single platina geworden is. Of dat Conny Breukhoven haar wangen heeft laten liften. Zal het uitmaken of je dat op maandag of op woensdag leest? Dat denk ik niet. De roddelbladen zijn wekelijks op de deurmat of in de schappen te vinden, dus actueel is het wel. Voor de doelgroepen van de magazines maakt het in negen van de tien gevallen weinig uit of een artikel op de dag zelf, of drie dagen later gelezen wordt. Het enige dat echt actueel moet zijn is nieuws. Maar daarvoor hebben we de kranten al, dus waarom de magazines dan daarvoor gebruiken? De magazines zijn er juist voor om dieper in te gaan op een onderwerp. Meer achtergrond informatie is vaak ook na een aantal dagen research pas beschikbaar, dus daar doen de magazines dan hun voordeel mee.

De definitie van het begrip actueel volgens Van Dale is: 'Op het ogenblik bestaand of van kracht zijnd'. Als informatie in gedrukte magazines op het moment dat het uitgebracht wordt nog steeds bestaand of van kracht is, is het dus actueel.

Meer dan voldoende

Mensen op een hogere leeftijd, de irritatie van spam en de leesbaarheid op je beeldscherm. Verschillende argumenten waarom de gedrukte magazines niet vervangen kunnen worden door online magazines. Alles wordt tegenwoordig maar online gedownload. In de situatie van magazines is het niet handig om het alleen maar online te doen. Mede dat niet iedereen mee kan gaan in de ontwikkelingen denk ik ook dat mensen online alleen maar 'direct' iets willen weten als ze er buitengewoon in geïnteresseerd in zijn. Voor de leek die gewoon een update wil hebben van hoe showbizzland, de technologische ontwikkelingen of de games industrie er voor staat, is het wekelijkse magazine ook meer dan voldoende!