

Column

Het gerucht gaat...

Justien Marseille, trendanalist en oprichter van The Future Institute

Majesteit, excellenties, dames en heren,

Het gerucht gaat...

Het gerucht gaat dat de jongeren de economie verlaten zoals de babyboomers de kerk verlieten. Dat ze zich afkeren van een zorg die beter wordt van meer zieken. Van onderwijs dat het best rendeert op zesjes.

Deze jongeren verlaten de economie van schaarste, bezit en onttrekking omdat ze gewoon veel minder materie nodig hebben. Omdat je wel gek moet zijn om de hele Wikipedia uit te printen en mee te sjouwen als je er maar soms een beetje van nodig hebt. En als dat via een telefoon af te lezen is. Dit geldt niet alleen voor de encyclopedie, maar voor de hele bibliotheek, voor klopboeren, voor auto's en voor huizen.

Deze jongeren zijn niet bang voor onze crisis, omdat ze geen papier, auto's en gebouwen meer nodig hebben. Denkt u maar mee: bij de aankoop van een tabletcomputer krijgt u toegang tot de volledige Gutenberg-catalogus – 33.000 van de beste boeken, zo'n 80 m² boekenkast – ter waarde van zeker 100.000 euro aan papier alleen al. Klopboeren, auto's en vakantiehuizen hebben de jongeren in gedeeld eigendom, wat minder onderhoud en minder gedoe betekent. In de wereld van deze jongeren, nu nog kinderen of jonge pubers, gaat verbinden boven verplaatsen, hangt informatie



gewoon in de lucht, de cloud, en onderscheidt men zich met het vermogen om te delen.

Het gerucht gaat ook dat Marx terug is. In de verbonden netwerkeconomie kan de afzet immers de vraag volgen. Waar we nu energie besteden aan het produceren van materie voor markten die met man en macht veroverd en gemonopoliseerd worden, ontwikkelen markten zich dan als zwermen. Ideeën geopperd door een enkele creatieveling worden al dan niet gevolgd door de massa. Naarmate het animo toeneemt, past de prijs zich naar beneden aan. Deze marktform – waarin de eindgebruikers, de consumenten, de burgers de macht over de

productiemiddelen hebben en productie pas dan en precies daar plaatsvindt waar vraag is – kan leiden tot een voorspelbare economie, met minder bederf en minder verspilling. Tot marktmarxisme of, minder beladen, crowd economics. Tot rekening houden met de verschillende waarden van verschillende rollen in verschillende netwerken.

Jongeren verliezen het geloof in grote organisaties, omdat ze weten dat er geen leger meer nodig is om tot grote daden te komen. Neem de speurtocht naar Steve Fosset. Deze bijzondere investeerder – een van de eersten die geloofden in de waarde van de nieuwe technologie – verdween in 2007 met zijn privévliegtuig boven de Nevada-woestijn. Google en Amazon bundelden direct na de verdwijning hun krachten en organiseerden een zoekactie. Niet met helikopters en honden maar door het samenvoegen van hun technologieën en het mobiliseren van de achterban. Zo kamden 50.000 volgers – door het meespelen van een kinderspelletje dat bestond uit het vergelijken van luchtfoto's van voor en na het ongeluk – in korte tijd de hele woestijn uit. Fosset werd toen niet gevonden, 14 andere vliegtuigwrakken wel.

Voor de achterban was de conclusie duidelijk. 50.000 minuscule bijdragen vormen samen een reddingsactie die in de economie waarover wij ons zorgen maken miljoenen, zo niet miljarden, zou hebben gekost.

Netwerken verbinden direct en maken organisaties steeds vaker overbodig. Zo ook het afgelopen weekend tijdens de treinstoring rond Utrecht. Gestrande reizigers vonden via de netwerken alsnog manieren om thuis te komen of kregen slaapplekken aangeboden bij vrienden van vrienden. De noodvoorziening van het Rode Kruis bleef leeg.

De ontluikende sociale micromedia, zoals Twitter en Hyves, maken iedereen tot zender. Het doet niet onder voor de uitvinding van de drukpers. Het gerucht gaat zelfs dat dit leidt tot een verschuiving van een democratie naar een meritocratie. Van opgelegde

gelijkheid naar gerespecteerde ongelijkheid. Dan erkennen we dat we in verschillende netwerken verschillende rollen vervullen. Iemand telt dan in het ene netwerk – door ervaring, verdieping of betrokkenheid – voor meer dan één, terwijl hij op een ander gebied – door onkunde of desinteresse – maar voor de helft meebeslist. Op sommige vlakken ben je opinieleider, op andere juist volger. Het laatste gerucht waarmee ik uw kostbare tijd zal verdoen, is het gerucht dat de komende jaren de roddel regeert. Dat het wereldbeeld waarmee wij onze kinderen en kleinkinderen voeden bestaat uit nationale nieuwsmedia die kwetteren dat ‘op Twitter het gerucht gaat dat...’

Het wereldbeeld wordt tijdelijk beheerst door verlies van vertrouwen in de oude gatekeepers: de poortwachters en verkenner die alles wat vreemd en nieuw is duiden en van context voorzien. Het vertrouwen verschuift van de grote instanties, merken en zelfs ngo’s naar het kleine, zichtbare en traceerbare. Liever elektriciteit van de buurman en groenten uit de kas verderop. Liever een onbekend logeeradres via Twitter dan een koude brits van het Rode Kruis.

De verschuiving van massa- naar micromedia leidt de komende jaren tot de ontwikkeling van een betrouwbaar systeem dat merites, reputaties en intenties bijhoudt en inzichtelijk maakt en agenda’s en achtergronden transparant maakt. Tot een mobiele applicatie bijvoorbeeld, waarmee de gestrande reiziger op Utrecht Centraal Station kan aflezen dat het via Twitter aangedragen logeeradres veilig is, zelfs goedgekeurd door vriendinnen.

En dit – majesteit, excellenties, dames en heren – is geen gerucht meer.

Het bestaat al. Het heet Layar, en veroverd vanuit Amsterdam de wereld. Uitgevonden en waargemaakt door een jonge generatie die, niet gehinderd door onze crisis, de wereld opnieuw vormgeeft. ■