

Armoede

Author(s)

van Bussel, Geert-Jan

Publication date

2017

Document Version

Final published version

Published in

IP: Vakblad voor Informatieprofessionals

License

Unspecified

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

van Bussel, G.-J. (2017). Armoede. *IP: Vakblad voor Informatieprofessionals*, 2017(9), 34.

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact/questions>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Geert-Jan van Bussel

COLUMN

Armoede

Filosofen, zoals Derrida, Lacan en Wittgenstein, hebben ons wereldbeeld ingrijpend beïnvloed, ondanks (of misschien dankzij) de tegenstrijdigheden, inconsistenties en vage ideeën die de postmodernistische filosofie karakteriseren. Het idee echter dat ieder individu een eigen belang en (dus)

een eigen waarheid heeft, is gemeengoed. 'De waarheid' en 'het algemene belang' bestaan niet. Het samenstel van alle individuele belangen en subjectieve waarheden komt in evenwicht in een 'vrije markt'.

De (op zijn best: twijfelachtige) vertaling van het postmodernisme naar de praktijk leidde tot extreme 'economisering' van onze maatschappij. Productiviteit, efficiëntie en rendement werden de vervangers van morele ideologieën. Burgers zijn klanten, patiënten en studenten respectievelijk zorg- en onderwijsconsumenten, 60-plussers kostenposten, artiesten en kunstenaars creatieve ondernemers.

Deze 'economisering' commercialiseerde de informatievoorziening. Informatiebronnen, van nieuwsmedia en onderzoeksbureaus tot zoekmachines en sociale media, gebruiken commercie als fundament. De afgelopen dertig jaar is een groot deel van het nieuws, van de programma's op tv en radio, van de boeken, tijdschriften en films geproduceerd door voortdurend groeiende multinationals, die jaarlijks honderden miljarden omzet genereren. Ze beïnvloeden ons wereldbeeld ingrijpend en ze sturen en manipuleren het om veranderende belangen en 'waarheden' te realiseren.

Marketeers, spindoctors, reclamemakers en communicatiestrategen maken belangrijke informatiestromen tot public relations,



afgestemd op doelgroepen en beoordeeld op rendement. Ze maken de 'waarheid' van hun opdrachtgevers tot producten die verkocht moeten worden. Ze weten (als beoefenaars van postmoderne fenomenen als Marketing en PR) dat wat mensen voor 'waar' aannemen een kwestie is van hoe de wereld wordt gepresenteerd.

Informatievoorziening is een kwestie van marktwerking geworden.

'Informatievoorziening is een kwestie van marktwerking geworden'

Het doel is niet meer om alle informatie in de wereld te ontsluiten en toegankelijk te maken, maar om het af te stemmen op de behoeften van de informatieconsument. Google werkt op basis van op behoeften bepaalde profielen die bepalen welke zoekresultaten getoond worden. Wat voor waar wordt aangenomen is gekoppeld aan een profiel. In het nieuws gaat het niet meer om maatschappelijke relevantie, maar om aansluiting vinden bij interesses en behoeften van een doelgroep. Informatiebubbels worden bewust gecreëerd als vormen van behoeftebevrediging en bevestiging van het eigen gelijk.

De commercialisering van de informatievoorziening is doorgeslagen in behoeften- en belangenbevrediging. Archieven en bibliotheken worden fijn gemalen en worden geacht informatie aan te bieden voor hergebruik, voor services om specifieke doelgroepen te benaderen en om potentiële of veronderstelde behoeften te bevredigen.

Ondanks non-profit alternatieven om het tij te keren, gaat het niet meer om kennis. Het gaat om het exploiteren van informatie om behoeften te bevredigen van in eigen waarheden gelovende doelgroepen, die geen behoefte hebben aan harde feiten die deze waarheden als 'vals' aanmerken. Het is deze intellectuele armoede die het faliet van het postmodernisme kenmerkt.<

Geert-Jan van Bussel is ondernemer en lector Digital Archiving & Compliance bij de Hogeschool van Amsterdam