

(WE)

---

MYSELF

---

&

<A·I>





# MYSE

# WE

De fygitale koppoter	9
Mind the machine!	12

---

WE-topia	21
WereldWij	21
Samenbeleving	23
Broedplaatsen van menselijke warmte	28
Saamredzaamheid	32
Hack-bangs	35
Uber and out	41

---

Urbi et urbis	44
De Liga van stadsvaders	44
De derde Gouden Eeuw	48
Digitaal buurten	50
Airpocalypse	52
De origamistad	60
Bestendige tijdelijkheid	65

---

OS Nature	68
Van gras naar grut	68
Smart coffee	70
Een grote boodschap met een kleurtje	72
Buikgevoelens	74
Materiaalplantage	76
Speeltuin voor DNA-hackers	79
Microbiële en gevederde schoonmaakploegen	81
Food for thought, thought for food	84

---

Het introspectrum	91
Van chronisch ziek naar chronisch gezond	91
Aandachtsdeficiëntie	93
Fear of burning out	94
Uitstelafweer	95
Landscape escape	97
Audiobubbel	99
Heilzame klanken	102
Stop the horror!	102
In the flow, in the zone	103
Breinsurfen	104
De electrapeut luistert	106
e-Mindfulness	107

---

Bricoleven	109
Dividualisme	109
Het elastische zelf	111
Drie rondjes globe	113
Homo bricolatus	116

---

All-on-one	117
De huizenbib	117
Je avatar is je beste maat	119
Het einde van massaproductie	121

# ELF

Algorithm is a dancer	129	Postauthenticiteit	175
Wake-up ball	129	Fouthentiek	175
Penne pesto verde	131	Deel en heers	176
Artificiële intelligentie als volwaardig gezinslid	132	Consumanderen	180
Het internet van ogen en oren	134	Van dip naar donut	181
Garbage in, garbage out	137	Civiel ondernemen	183
		Vertrouwen 2.0	184
Posthumane verwantschap	140	Ketenkettters	187
Leaps à gogo	140	Neostalgie	189
Big friendly data	141	Composiet van ambacht, kunst, sport en wetenschap	190
DNA-beleg	143	Postauthentiek kompas	193
Gen-iaal maatwerk	144		
Genografisch tijdreizen	147	Città della Nonna	197
Shrinkbots	149	Wenen	198
PH-checklist	152	Parijs	201
		Amsterdam	203
Verweven intelligentie	153	Londen	205
AI als creatieve krachtcentrale	153	Marseille	208
Big data, not big data	156		
RetAI	158	Grazie mille, Umberto	210
High sensation, low clutter	159	Ere wie ere toekomst	214
AI resources	162	Play it again, sam	216
Werkt werk?	162	Webwijs	221
Carmageddon	164	Bronnen	220
Gezocht: AI-trainers en dronepiloten	168	Fotoverantwoording	222
Verweven moraliteit	170		

# AI



‘De fygitale koppoter is een door tijdnood verteerde hipster.’

## DE FYGITALE KOPPOTER

Detail uit *Dulle Griet*, Pieter Bruegel de Oude, 1563

*De toekomst is een geschiedenisboek dat vanaf de laatste pagina wordt geschreven...* Ik krijg deze ongevraagde zin maar niet uit mijn hoofd. Het is een kronkelgedachte die ergens niet lijkt te kloppen, maar dat deert de toekomst helemaal niet. De toekomst is immers ook een grote kronkel en kan dit soort illusoire vaagheden best herbergen. Beweer maar eens het tegendeel! Je kunt de toekomst, gezien haar oneindige en per definitie vooroplopende karakter, nooit toetsen.

Terwijl ik dit allemaal neerschrijf, speelt op de achtergrond aldoor vijftiende- en zestiende-eeuwse polyfone muziek. Thans het *Faulte d'argent cest douleur non pareille* van Pierre de Manchicourt, uitgevoerd door het **Huelgas Ensemble** onder leiding van **Paul Van Nevel**. Ik ben absoluut geen connaisseur van het genre, maar des te meer een gulzige liefhebber van wat mijn (en uitsluitend mijn) soundtrack bij *We, myself & AI* is.

Ik heb altijd al een boon gehad voor geschiedenis. Ik ben altijd sterk gekriuweld door wat er zich in het West-Europa van de vijftiende en zestiende eeuw aan het ontwikkelen was. In deze uitloopjaren van de middeleeuwen ontstond de massacommunicatie – de drukpers in de vijftiende en de etstechniek in de zestiende eeuw. De zestiende eeuw was ook de Gouden Eeuw van Vlaanderen, toen steden als Gent, Brugge, Antwerpen, Mechelen, Leuven en Brussel tot de rijkste en meest innovatieve op aarde behoorden. Daar kwam een einde aan in de tweede helft van de eeuw, toen de Hertog van Alva de cultureel en moreel opstandige Nederlanden (met name die van de Spaanse koning Filips II) tot de orde riep, waarop de Zuid-Nederlandse culturele,

intellectuele en financiële elite de vlucht inzette naar veiliger geachte oorden in het Noorden. Maar wat er zich in de tientallen jaren voor de Spaanse furie<sup>1</sup> afspeelde, heeft me altijd geïntrigeerd, niet het minst op kunsthistorisch vlak.

Na een intensieve wellnessbeurt van ruim anderhalf jaar komt eind 2018 een oude tante terug naar haar vertrouwde zorgcentrum, het **Museum Mayer van den Bergh** aan de Antwerpse Lange Gasthuisstraat. De dame wordt beschouwd als een kroonjuweel van de Vlaamse beeldende kunst en werd in 1563 gecreëerd door **Pieter Bruegel de Oude**, een van de meesters van de allegorische schilder-

kunst van de noordelijke renaissance. Het schilderij is een splinterbom van verzengende vuurhaarden, apocalyptische taferelen en eigenaardige gedrochten, met op het voorplan misschien wel het meest normale, want het meest met de menselijke verschijningsvorm corresponderende levende wezen: het woeste, onvervaarde vrouwmens Margreet – roepnaam ‘Dulle Griet’ – zo weggelopen uit een strooptocht op Black Friday, met de koopwaar over de arm.

<sup>1</sup> De Spaanse furie – in Spanje bekend als de plundering van Antwerpen – verwijst naar het in brand steken van de stad Antwerpen door muitende Spaanse troepen op 4 november 1576, tijdens de Tachtigjarige Oorlog.

Het zou iets te gemakkelijk zijn de visionaire kwaliteiten van Pieter sr. enkel op te hangen aan de protagoniste. Zeer zeker is Margreet een historische projectie van wat we aan het eind van het tweede decennium van het derde millennium gadeslaan: een vrouw, *ergo* de vrouw, trekt ten strijde tegen de demonen in de hellemuil (onrecht, misbruik, historische mannelijke dominantie...). En natuurlijk mag de reus met het narrenschip op zijn rug (symbool voor hoogmoed, inhaligheid, overconsumptie, opschepperij<sup>2</sup>) de westerse samenleving 450 jaar later allegorisch samenvatten.

Dé trendverschijning op dit schilderij ligt mijns inziens – de interpretatie is natuurlijk altijd *in the eye of the beholder* en dus voor discussie vatbaar – echter aan de voeten van de furie, duidelijk onder de indruk van het aanstormende gevaarte: de vooralsnog naamloze koppoter, die een lepel in zijn mond/anus draagt. De lepel lijkt de mond in te gaan en daarmee ook meteen het achterste te verlaten. Dit is met een mespuntje fantasie te interpreteren als het chronische gebrek aan tijd van de (inmiddels tureluurs wordende) altijd werkende en altijd aan staande (geconnecteerde) consument: wat je erin stopt, komt er onverteerd weer uit. Ofte: er is geen tijd om te verteren. De gemiddelde West-Europese, werkende man of vrouw heeft anno 2018 naar schatting<sup>3</sup> maar liefst zeven uur per week minder vrij beschikbare privétijd dan de gemiddelde werkende mens in 1993. Dat hoeft niet te verwonderen: in 1993 werkte bijna 60 procent van de beroepsbevolking nog in de zogenaamde blauwe- of grijzekragensjobs, intensieve bezigheden met een relatief beperkt tijds kader en vaak ook dicht bij huis. Vandaag is dat aandeel teruggelopen tot 40 procent en behoort de aanvullende 60 procent tot de ‘witte- of rozekragensjobs’, bezigheden in de diensten- en kennissectoren waarvoor we ons verder en trager<sup>4</sup> moeten verplaatsen, ons regelmatig moeten bijscholen, overwerken, netwerken... De (professionele) mailbox gaat mee naar huis of zelfs mee op vakantie.<sup>5</sup> De tijdarmoede is duidelijk terug.<sup>6</sup>

Dat de lepel in de koppoter verwijst naar ‘tijdkommer’, was wellicht ook de intentie van Bruegel: zowat alle volwassenen in die tijd (en bij uitbreiding alle tijden tot het midden van de twintigste eeuw, toen in onze contreien het algemene recht op vakantie- en weekenddagen werd ingevoerd, waardoor de *leisure consumer* ontstond, de vrijetijdsconsument) werkten zeven dagen per week. Alleen de edellieden, de rederijkers, de grootgrondbezitters en de clerus hadden veel vrij besteedbare tijd, waaruit trouwens ook liters verveling voortvloeiden (maar dit geheel terzijde).

2 Dit wordt zelfs letterlijk uitgebeeld: de reus scheidt een hoop drek uit zijn achterste op.

3 De cijfers zijn afkomstig van verschillende tijdsbudgetwaarnemers, zoals het Sociaal-Cultureel Planbureau in Nederland en Eurostat (Brussel).

4 Volgens het Vlaams Verkeerscentrum nam de gemiddelde lengte van de

files op werkdagen toe tot een record van 169 kilometer, zo'n 11 kilometer meer dan in 2016. De filezwaarte – het product van de lengte van de file en de duur ervan – steeg tot een recordhoogte van 888 kilometeruur, tegenover 809 in 2016. Deze toename mag voor een aanzienlijk deel op het conto geschreven worden van het groeiende aantal

breinwerkers, aan wie hun broodheren een recordaantal bedrijfswagens ter beschikking hebben gesteld. Uit een onderzoek van het Brussels Studies Institute blijkt dat het aantal bedrijfswagens in België tussen 31 december 2006 en 31 december 2015 met 56 procent is toegenomen. Het aantal bedrijfswagens voor loontrekkenden steeg daarmee

in negen jaar tijd van 272.000 tot 425.000 exemplaren.

5 In zijn boek *Mijn inbox is vol* (2017) stelt professor-emeritus Luc Chalmet (Ugent en Universiteit Antwerpen), op basis van talloze wetenschappelijke publicaties, dat een kwart van onze werktijd opgaat aan mailbeheer en dat maar liefst 81 procent van de breinwerkers nog mails leest



De meest indrukwekkende allegorische verwijzing naar de mens/consument/burger van vandaag en morgen is de mooie juxtapositie van de foodtruckgerelateerde, met lactosevrije amandelmelk en glutenvrije cruesli gevulde, artisanaal vervaardigde bowl in de linkerhand (tevens zijn enige hand) van de kopvoeter, en een onmiskenbaar reliek van de Zalando-kerk aan zijn rechtervoet. Een mooiere illustratie van wat er vandaag gaande is in de zich verder ontwikkelende wereld van de symbolische consument<sup>7</sup> is er nauwelijks.

Anno 2018 is de consument een 'fygitaal' wezen, dat slim kiest voor het tweevoudige kapitaal van én het fysieke/analoge (bijvoorbeeld aankopen doen in een uit baksteen en mortel opgetrokken winkelpand) én het digitale (bijvoorbeeld e-commerce). Meer nog, niet zozeer de vijftigplussers voeden dit fenomeen, als wel de huidige twintigers en jonge dertigers. Daarvan getuigen heel wat fygitale trends die zich de laatste jaren manifesteren hebben aangemeld. Voor het zevende jaar op rij stelt de IFPI (de Internationale Federatie van de Fonografische Industrie) een significante stijging vast in de verkoop van vinylplaten en audiotapes en ze schrijft deze toename lijnrecht toe aan de millennials. Detailhandels als Media Markt en Fnac stellen een grote (hernieuwde) belangstelling voor draaitafels vast, en ook daarin nemen twintigers en dertigers het voortouw. In België – net zoals in de rest van Europa – werden in 2017, vooral dankzij jonge mensen en jonge gezinnen, 10 procent meer bordspellen verkocht dan in 2016. Ook de hele *food startup scene* wordt gedragen door generatie Y: waar vind je barista's, *mixologists*, foodtruckbestierders, auteurs van boeken over *hygge* (comfort, warmte), *lykke* (geluk) en *lagom* (harmonie, tevredenheid), makers van *crafted* bier, gin of rum... ouder dan veertig? Wie heeft er een bijenkorf op zijn dak? Wie maakt gebruik van *community supported agriculture*? Wie koopt de zogenaamde *bullet journals*? Juist!

De fygitale koppoter van Bruegel is dus een door tijdnood verteerde hipster, inclusief lange baard, lange staart en zelfs een *male bun*. Dat Pieter Bruegel de Oude een allegorische visionair was, de Nostradamus van het canvas, valt nog moeilijk te ontkennen.

## HERMAN

(en beantwoordt) na het werk  
– de helft doet dat zelfs nog na  
23 uur – of op vakantie.

- 6 Let wel: het totale debiet  
aan vrij beschikbare tijd is  
in West-Europa de laatste  
jaren juist sterk toegenomen,  
maar dat komt vooral door de  
toegenomen levensverwachting,  
het feit dat de volumineuze  
generatie babyboomers  
massaal met pensioen gaat, en

de hogere leeftijd waarop jonge  
mensen in het professionele  
leven stappen.

- 7 We kennen sinds de jaren 1950  
in Europa de opkomst van  
de symbolische consumptie,  
waarmee niet alleen het  
verbruik van voorwerpen en  
diensten wordt bedoeld, maar  
ook en vooral van merken,  
logo's, verpakkingen, design,  
communicatie, (hyper)keuze...

## MIND THE MACHINE!

De volgende keer dat je een banaan eet, zul je die eten met meer aandacht en niet meer voorbijgaan aan haar ingenieuze inborst en stamboom. Voor wie het een geruststelling is: dit is geen oproep tot een moment van mindfulness, maar eerder een gedachteoefening om onze relatie tot technologie en natuur te bevragen. Vanuit het perspectief van innovatie en ontwerp is een banaan al een stuk minder banaal dan je zou denken. Als bij wonder voldoet dit compacte, gemiddeld 125 kilocalorieën tellende voedingsproduct aan enkele bijzondere, ergonomische kenmerken: een banaan past erg goed in een mensenhand en laat zich makkelijk ontdoen van haar verpakking. De verpakking is bovendien 100 procent biologisch afbreekbaar en komt met een ingenieuze kleurencode: een groene banaan is nog niet rijp, een gele banaan is perfect, en bruine vlekjes sporen de consument aan haar snel te verorberen, voor de ultieme staat van rijpheid voorbij is. Verpakkingstechnologen wereldwijd kunnen hier een puntje aan zuigen.

Dit gezegd zijnde: een banaan heeft een diameter die goed afgestemd is op de gemiddelde mondopening van een vol- of halfwassen mens. Het vruchtvlees is zacht, zoet, vrij van taaie en bitter smakende zaden en is makkelijk verteerbaar. Een religieus fanaticus kan hier misschien het tastbare bewijs in zien van een bovenmenselijk intelligente ontwerper, maar niets is minder waar. Wilde bananen, zoals ze initieel door Moeder Natuur waren bedoeld (vanuit botanisch perspectief is de banaan een bes), komen veelvuldig voor in de natuur, maar je zou deze groene, ronde en vette zaadcapsules niet als iets eetbaars herkennen. Het levert je waarschijnlijk ook een dag dicht bij de sanitaire voorzieningen op, mocht je je er tegoed aan doen...

De banaan zoals wij ze kennen, is volgens paleontologisch onderzoek het resultaat van minstens 5000 jaar co-evolutie met de mens. Het is dus evengoed een technologie- als een natuurproduct. Selectieve teelt heeft de wegen van consumptiebananen en hun natuurlijke verwanten al lang geleden doen scheiden. De meeste bananenplanten in de huidige plantages kunnen zich zelfs niet meer zonder onze tussenkomst voortplanten. Het zijn allemaal onvruchtbare klonen geworden.

De Nederlandse creatieve denktank **Next Nature** onderzoekt onze huidige en toekomstige relatie met de natuur. In veel van hun publicaties en speculatieve ontwerpen stellen ze dat het onderscheid tussen natuur en technologie steeds moeilijker te maken is. Zoals bijen al 100 miljoen jaar een co-evolutie ondergaan met bloemen en planten, co-evolueren wij met onze vele mythes, infrastructuren van betekenis, uitvindingen en technologieën om meer grip te krijgen op onze omgeving en ons voortbestaan.

Mensen bedienden zich 2,6 miljoen jaar geleden van werk- en wapentuig uit hout en steen als verlengstukken van hun ledematen om zo hun jacht- en beenhouwerstechnieken te verbeteren. Onze inname van proteïnerijk voedsel steeg daarbij aanzienlijk. Het was niet alleen een meer geconcentreerde bron van energie, vlees bevatte ook de vetten die onmisbaar waren voor de snelle toename van ons hersenvolume.

Ongeveer 400.000 jaar geleden heeft de mens een tweede energietransitie meegemaakt toen hij het vuur wist te bedwingen. Dankzij het vuur kon onze voedselvertering deels worden uitbesteed aan een garend proces boven hete kolen. Onze darmen zijn korter geworden dan die van onze verre neven, de chimpansees, orang-oetans en gorilla's. Veel primaten zijn nog steeds gedoemd het grootste deel van hun dag te besteden aan het zoeken, loswrikken, kauwen en verteren van voedsel. Het vuur bracht de mens een korter verteringsproces, en dus heel wat tijd voor andere dingen, zoals het bedenken van ideeën die zin geven aan het bestaan, het opzetten van samenlevingsstructuren en het uitwisselen van kennis in de vorm van verhalen.

Zo'n 5000 tot 12.000 jaar geleden voltrok zich op zeven verschillende plaatsen in de wereld zowat tegelijk de 'derde energetische omwenteling': de sedentaire landbouw. Tot op heden is veel van ons gedrag en onze relatie tot de ecosfeer toe te schrijven aan die agrarische revolutie. Rondlopen in een planetair jachtgebied annex pluktuin werd vervangen door de ontwikkeling van een complexe samenleving ter plekke. De basis was een systeem van arbeid, landeigenaarschap en *food on demand*. Maar hebben wij tarwe gedomesticeerd of zijn wij gedomesticeerd door tarwe? Mens en natuur co-evolueren en onze ononderbroken productie van betekenis en technologie is richtingbepalend.

Dat wij technologie ontwikkelen die daarna onze ontwikkeling bepaalt, is een kernvaststelling die je doet wanneer je de bestseller *Homo Sapiens* (2014) van historicus Yuval Noah Harari leest. Op ongeëvenaarde wijze neemt Harari je mee doorheen de laatste 75.000 jaar van de geschiedenis, en brengt je tot de nuchtere vaststelling dat veel scharniermomenten berusten op een verrassende samenloop van omstandigheden, toeval en willekeur. Zelfs het homo-sapiensschap is geen unieke manier om mens te zijn. Ooit waren we met meerdere mensensoorten. De geschiedenis van de alleenheerschappij van de homo sapiens is betrekkelijk kort, brutaal en smoezelig. Dat de homo sapiens niet langer de enige mensensoort zal zijn, lees je in *Homo Deus* (2016), het tweede lijvige boek van Harari. Ik krijg het er tegelijk warm en koud van: onze soort zal in de eenentwintigste eeuw een transformatie ondergaan en de ont koppeling van intelligentie en bewustzijn is daarvan de oorzaak. Die historische knip voltrekt zich vandaag.

Tot voor kort was intelligentie steeds gekoppeld aan bewustzijn, vervlochten onder de herenpan van de mens. Intellect en bewustzijn zijn het product van biochemische algoritmen die door onze neuronenbanen gonzen. Bewustzijn hebben we nog niet artificieel na weten te maken. We bouwen – voorlopig – nog geen computers met gevoelens en een geweten. Ze worden nog niet verliefd op elkaar of op ons (wat niet wegneemt dat mensen verliefd kunnen worden op robots), en het zal bijvoorbeeld Facebook worst wezen welke foto's we leuk vinden. Het kan



‘De toekomst is niet voorspelbaar,  
in het beste geval is ze voorstelbaar.’

Google niets schelen welke zoektermen we ingeven. Het algoritme zal zich nooit beledigd voelen.

Wat we wél (kunnen) namaken, is intelligentie. We hebben kunstmatige neurale netwerken die ons via een externe kluit, boordevol informatie, beter leren kennen dan we onszelf reeds kennen. Cognitieve krachtcentrales zijn niet alleen in staat ons gedrag beter te voorspellen en onze emoties eerder te herkennen dan wijzelf, ze kunnen ook een intelligent antwoord en aanbod samenstellen op maat van het ogenblik. Kunstmatige neurale netwerken kunnen bovendien ook nakomelingen produceren. *Deep learning* betekent dat algoritmen zichzelf programmeren aan de hand van het remspoor van big data dat wij swipend op onze smartphones, scrollend op social media en surfend op het web achterlaten. Vrij van biologische beperkingen, slechte nachtrust of beperkende overtuigingen, maakt kunstmatige intelligentie vandaag een exponentiële groeisput. Studies vertellen ons dat supermarktmarketeers nog geen 10 procent van de zelf opgediepte consumentendata het hoofd weten te bieden. Het vergt het betekenisproducerend vermogen van krachtige AI om pompeuze volumes van enen en nullen te verwerken tot een waardevolle bestiering van globale uitdagingen als voedselproductie, mobiliteit, energiedistributie, de regie van een circulaire economie, het bestuur van een steeds complexere samenleving enzovoort.

Net daar ligt een existentiële uitdaging voor de mensheid. God mocht een flinke stap opzij zetten toen de mens de bron werd van betekenis, ideeën en macht. Het fundament van het humanisme, het liberalisme en het modernisme bestaat uit de opvatting dat wij zelf kiezen wat ons te gebeuren staat. Vroeger onderscheidden we ons graag van de dieren met onze ziel, geest, emoties, zelfbesef, creativiteit en visie, vandaag zetten we deze jokers ook in om ons te onderscheiden van technologie. Ooit wilden we ons geen leven zonder God voorstellen, vandaag lijkt een wereld zonder mensen in de hoofdrol ondenkbaar. En onaanvaardbaar!

Combineer de snel evoluerende technologie met ons diepmenselijke verlangen naar eeuwige jeugd, geluk en schijnbaar goddelijke supervermogens, en je zult snel beseffen dat mensen hun lot zelf in handen zullen nemen, en het niet zullen overlaten aan de niet-wenselijke grillen van Vadertje Tijd en Moedertje Natuur. Die nieuwe mens maken we dus zelf, en Harari schetst drie innovatiepaden waarmee de mens kan worden onderworpen aan series van updates en upgrades.

- *Cyborgtechniek*: anorganische elementen worden aan het organische lichaam toegevoegd of vervangen het.
- *Biologische manipulatie*: dankzij gentechnologie creëren we betere versies van onszelf.
- *Niet-organische entiteiten*: het leven wordt een gedematerialiseerde en louter algoritmische constructie en lost op in een oersoep van big data, met zo nu en dan lichamelijke uitstapjes.

Van mogelijke mengvormen van de bovenstaande drie scenario's kun je genieten bij het kijken naar recente sciencefictionseries als ***Altered Carbon***, ***Black Mirror*** of ***Westworld***.

Ook al prikkelen de boeken van Harari de verbeelding, toch hoedt de auteur zich professioneel voor sensationele toekomstvoorspellingen. De toekomst is immers niet voorspelbaar. In het beste geval is ze ‘voorstelbaar’: opties zijn systematisch in kaart te brengen en in te beelden of uit te beelden. Er is één kwestie waarover Harari als overtuigd veganist wel een persoonlijk standpunt inneemt: wanneer intelligentie en bewustzijn ontkoppeld worden, dreigt de homo sapiens in dezelfde situatie terecht te komen als dieren in de industriële veeteelt, overgelaten aan de willekeur en macht van hoger ontwikkelde entiteiten die ons enkel zien als productiefactoren. Hij wil ons geen angst inboezemen met toekomstobservaties van AI die mensen uitbuit als varkens, pampert als hamsters of uitroeit als kakkerlakken – kies de voor jou meest dystopische gedachte. Hij wil er wel op wijzen dat als wij dierenleed op grote schaal rechtvaardigen door te stellen dat mensen nu eenmaal roofdieren zijn, ‘evolutionair superieur’ aan andere levende wezens, die redenering op minder dan enkele generaties tijd pijnlijk achterhaald kan zijn.

Mijn waardering voor het werk van zowel Yuval Noah Harari als Next Nature heeft behalve met hun narratieve kwaliteit ook te maken met mijn persoonlijke fascinatie voor het knetterende en schurende samenspel van mens, technologie en natuur. Die belangstelling vormt niet alleen de basis voor mijn professionele activiteiten, maar ook de motivatie om samen met Herman aan dit *bookzine* te schrijven. De grenzen tussen mens, technologie en natuur vervaagen, en steeds meer wordt zichtbaar en tastbaar dat onze planetaire toekomst beslecht wordt door ons vermogen om deze drie aspecten – binnen de ethische contouren en in onderling evenwicht – over mondiale en ecologische uitdagingen heen te tillen.

STEFAN

‘Ooit wilden we ons geen leven zonder God voorstellen, vandaag lijkt een wereld zonder mensen in de hoofdrol ondenkbaar. En onaanvaardbaar!’

( )

## HOOFDSTUK 1





THINKING  
FORWARD

PLAY

URBAN INNOVATIONS

URBAN POWER

FORUM

FCI

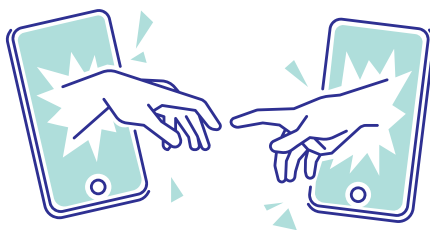
(WE)

[1.1]

## W E - T O P I A

### — HOE MEER WE DELEN, DES TE MEER WE HEBBEN —

Er zijn heel wat tekenen die wijzen op de komst van een nieuw verlicht tijdperk, waarin jong en oud zich steeds meer gaan realiseren dat opwindende dingen niet online gebeuren maar juist offline, in de weldoende koelte van het échte, in analoge ontmoetingen met anderen. Niet ondanks maar juist dankzij het sociale internet krijgt het levende en het levendige van het tastbare samenzijn meer waarde en meer intensiteit.



### W E R E L D W I J

Wanneer je met de naoorlogse babyboomgeneratie over de deeleconomie praat, krijg je vaak de stoere reactie dat die helemaal niet nieuw is. ‘Wij gingen liften en deelden ook alles’, zeggen ze dan ietwat besmuikt. Tijdens de *Summer of Love*, in 1967, werden door hippies inderdaad naar hartenlust ritten en bedden gedeeld, net zoals dat nu het geval is met Uber en Airbnb. Is de deeleconomie dan een kwestie van ‘retro in een nieuw jasje’? Zijn de jonge generaties uit 1968 en 2018 dan toch niet zo verschillend? Of is er iets anders aan de hand?

**Rogier De Langhe**, economiefilosoof aan de **Universiteit Gent**, stelt dat de economische en maatschappelijke context waarin deelgedrag zich vandaag manifesteert helemaal anders is dan eind jaren 1960. Toen was er een economische *boom*. De overvloed was groot, dus ging je toch geen dingen voor jezelf houden? Alle vormen van materiële en relationele bezitterigheid werden door de jongste volwassenen aan de kaak gesteld. Vandaag is die context helemaal anders. De vastgoedprijzen zijn hoog en door al het werk dat we ’s avonds mee naar huis nemen, brokkelt onze beschikbare vrije tijd af. Autodelen loont, want de wegen zitten barstensvol. Onder millennials (twintigers en jonge dertigers) groeit het bewustzijn in verband met schaarste en ecologische limieten. Cru gesteld: de huidige generatie Y deelt voor de wereld, de babyboomhippies deelden voor zichzelf.

Rogier De Langhe gaat nog een stap verder door de hang naar sociale media en deelplatformen te duiden als een reactie op de hyperindividualisering die tijdens de golden sixties werd ingezet. Jongeren van vandaag zoeken opnieuw naar een communitygevoel. De GAFKA-kraftcentrales<sup>8</sup>

8 Aanvankelijk doelde dit begrip op Google, Amazon, Facebook en Apple (vandaar het acroniem 'GAFKA'), maar het gaat bij uitbreiding over alle tech powerhouses op alle continenten.

uit Silicon Valley bezorgen de onthechte millennials een gevoel van verankering in een virtuele, globale gemeenschap. Bedrijven als Facebook, Uber en Airbnb wierpen zich ooit op als makelaars in sociale cohesie en bevrijders van het status-quo. Vandaag stellen we vast dat het Californische hippiesausje over die online platformen ernstig is gaan verzuren. We worden immers steeds vaker geconfronteerd met de bijwerkingen. Uber en Deliveroo zouden de beginselen van solidariteit ondermijnen, Airbnb lijkt het sociale weefsel van hele stadsdistricten aan te tasten door volledige buurten te transformeren tot slaapwijken, en Facebook moet zich verantwoorden voor ernstige digitale verslavingsverschijnselen en ook – ironisch genoeg – voor veel sociaal isolement. Daar staat tegenover dat deze Californische *powerhouses* ons geleerd hebben om bij niet-professionele chauffeurs in de auto te stappen of wildvreemden de sleutel van onze voordeur te overhandigen. We zetten onze sociale media in om mensen bij elkaar te brengen en de betekenis van analoge momenten te vergroten. Het enige wat deze techbedrijven blijkbaar niet (willen) leren delen, is hun winst. Die gaat, vaak belastingluw en vrij van solidariteitsbijdragen, richting Silicon Valley...

