

Megatrends

Niet alleen het conjunctuurherstel, de hoge rente, de kruisraket en de fitheidsrage zijn vanuit de Verenigde Staten deze kant op gekomen, maar ook de meeste maatschappelijke ontwikkelingen die in West-Europa aanslaan, zijn van Amerikaanse origine en daarna de oceaan over komen waaien. Daarom is het interessant er kennis van te nemen wat een professionele „trendwatcher” op dit moment als fundamentele ontwikkelingen in de Amerikaanse samenleving meent waar te nemen. In zijn boek *Megatrends* 1) onderscheidt John Naisbitt tien grote veranderingen die de Amerikaanse samenleving in een nieuwe richting sturen en haar wezenlijk van karakter doen veranderen.

De manier waarop Naisbitt deze „megatrends” heeft opgespoord is door een inhoudsanalyse van artikelen in lokale kranten. Volgens Naisbitt ontstaan nieuwe trends en ideeën niet in New York of Washington, maar op plaatselijk niveau, in steden en dorpen verspreid over het hele land. Daarom heeft hij gedurende een periode van 12 jaar het plaatselijke gebeuren in de VS geanalyseerd aan de hand van meer dan 2 miljoen krantekant artikelen in lokale nieuwsbladen. „Daaruit zie je langzamerhand de grote lijnen van een nieuwe samenleving te voorschijn komen”, aldus Naisbitt. Welke zijn de „megatrends” die Naisbitt onderscheidt?

1. *De ontwikkeling van een industriële samenleving naar een informatiemaatschappij.* „In de jaren zestig begon men te spreken over de post-industriële samenleving, het is nu duidelijk dat dit de informatiemaatschappij is”, aldus John Naisbitt. Verreweg het grootste deel van de beroepsbevolking in de VS houdt zich al met het vergaren, verwerken of verspreiden van informatie bezig. De werkgelegenheid in de traditionele industriële sectoren is in de jaren zeventig steeds verder afgebrokkeld, maar er zijn miljoenen nieuwe banen in de informatiesector gecreëerd. Niet geld (kapitaal), maar informatie is op dit moment de belangrijkste strategische factor in het economische proces en kennis is de nieuwe bron van (economische) macht. We zijn er in onze manier van denken, onze opvattingen en onze beslissingen veelal nog niet op ingesteld, aldus Naisbitt, maar de informatiemaatschappij is al op allerlei manieren in ons beroeps- en privé-leven doorgedrongen. Het lijkt geen twijfel, dat de transitie van een industriële samenleving naar een informatiemaatschappij de belangrijkste trend van onze tijd is.

2. *De technologische ontwikkeling roept sociaal-psychologische reacties op,* aldus Naisbitt, die in zekere zin een tegenwicht tegen te eenzijdige technocratisering vormen. Zo kan de fitheidsrage worden verklaard uit het gebrek aan beweging dat het gevolg is van de automatisering. De „high tech” in de medische sector heeft een nieuwe belangstelling voor eenvoudige eerste-lijnszorg, thuisgeboorten en buurtklinieken doen ontstaan. Het oprukken van de onpersoonlijke technologie is gepaard gegaan met een herwaardering en intensivering van sociale contacten. De tegenhanger van het geweldige aanbod van informatie is de snel om zich heen grijpende „personal growth”-beweging en zelfs het ontstaan van een nieuwe godsdienstigheid. Men is op zoek naar een evenwicht tussen het technologische en het menselijke aspect: een balans tussen „high tech” en „high touch”.

3. *Van een nationale economie naar een wereldeconomie.* De internationale vervlechting tussen economieën is sterk toegenomen. Nieuwe industrielanden zijn opgekomen en er vindt een wereldwijde herallocatie van industriële productie plaats. Niet langer domineren de VS de wereldeconomie. Dat maakt, behalve een structurele aanpassing van de Amerikaanse economie, ook een herbezinning op de politieke hegemonie van de VS in de wereld noodzakelijk.

4. *Van korte-termijndenken naar lange-termijndenken.* Onder invloed van de snelle veranderingen in technologieën en markten worden ondernemingen gedwongen over te schakelen van korte- op lange-termijndenken. De kwestie is niet wat het resultaat van het volgende kwartaal zal zijn, maar wat de markt is waar men over een paar jaar op wil zitten ten einde te overleven. Niet alleen voor bedrijven, maar ook voor politieke partijen, vakbonden, universiteiten en andere organisaties geldt dat zij in de snel wisselende omstandigheden hun taakopvatting voortdurend moeten aanpassen en zich moeten afvragen wat hun rol in de nabije toekomst zal zijn. Op straffe van verdwijnen. Onder invloed van deze noodzaak neemt de oriëntatie op de lange termijn toe, aldus Naisbitt.

5. *Van centralisatie naar decentralisatie.* Centrale structuren brokkelen overal in Amerika af, volgens Naisbitt. In het openbaar bestuur winnen lokale initiatieven aan betekenis bij gebrek aan effectieve centrale oplossingen. In het bedrijfsleven verschuiven beslissingsbevoegdheden van het hoofdkantoor naar lokale vestigingen. De bevolking trekt weg uit de grote steden naar kleinere plaatsen en het platteland. De „economies of scale”, die in het industriële tijdperk tot centralisatie leidden, gelden in de informatiemaatschappij niet meer, want de verwerking van informatie kan met behulp van de moderne communicatiemiddelen decentraal geschieden. Economische, sociale en politieke veranderingen verlopen niet langer „top-down”, maar „bottom-up”.

6. *Van institutionele voorzieningen naar zelfhulp.* Decennia lang hebben de overheid, het schoolsysteem, het bedrijf, het medische opvangsysteem, het sociale opvangsysteem e.d. als buffers gefungeerd tegen de kwade kansen van het leven, maar langzamerhand zijn we gaan leren alleen op onszelf te vertrouwen, aldus Naisbitt. Door gezondere leefgewoonten en meer aandacht voor voeding nemen we de zorg voor onze gezondheid weer meer zelf ter hand. De bemoeienis van ouders met de schoolopleiding van hun kinderen is zeer sterk toegenomen. De belangstelling voor het zelfstandig ondernemerschap is spectaculair gestegen. Op allerlei terreinen is doe-het-zelf in de plaats gekomen van professionele hulp. Het vertrouwen in de officiële instanties is afgenomen; men gaat de problemen zelf oplossen.

7. *Van een representatieve democratie naar een participerende democratie.* Er is een sterk toegenomen behoefte aan participatie in beslissingen die de persoonlijke omstandigheden van mensen raken. Burgers, werknemers, consumenten en aandeelhouders nemen niet langer zo maar genoegen met wat er over hun belangen wordt beslist, maar wensen mee te praten over de besluiten die in het openbaar bestuur, in het bedrijf, op de markt e.d. worden genomen. Dat vergt een heel andere organisatie van de besluitvorming en wijze van leiding geven dan in het verleden veelal gebruikelijk was.

8. *Van hiërarchische organisaties naar netwerkorganisaties.* De noodzaak van veelzijdige en wisselende contacten door de hele organisatie heen en met de buitenwereld maakt netwerkorganisaties in situaties waarin veel informatie moet worden uitgewisseld veel effectiever dan pyramidale organisaties die barrières opwerpen. Daarom wint de netwerkorganisatie volgens Naisbitt momenteel snel terrein. Zowel de organisatie als de personen daarbinnen profiteren er sterk van wanneer geen enkele mogelijkheid wordt geblokkeerd. De netwerkorganisatie is de organisatievorm die het beste bij de informatiemaatschappij past.

9. *De verschuiving van Noord naar Zuid.* In de VS verschuift het zwaartepunt van de economische activiteit steeds meer van de as New York-Chicago naar Houston-Los Angeles. De groeisectoren in de economie blijken ergens anders te zijn gelokaliseerd dan in de oude industriegebieden. Het is interessant zich af te vragen of dergelijke verschuivingen zich ook in Europa voltrekken. Voor ons land lijkt b.v. de relatieve opkomst van Zuid-Duitsland als centrum van economische activiteit ten koste van het Ruhrgebied een ontwikkeling om rekening mee te houden.

10. *Van of/of naar een ongekende diversiteit van keuzemogelijkheden.* Vroeger trouwde je of je trouwde niet, je werkte van negen tot vijf of je werkte niet, van de meeste producten waren maar een paar variëteiten verkrijgbaar; tegenwoordig zijn de keuzemogelijkheden op vrijwel elk gebied enorm toegenomen, aldus Naisbitt. Dit sluit aan bij de behoefte om de eigen identiteit tot uitdrukking te brengen, zowel in het consumptiepatroon, het werk, de persoonlijke relaties als in de eigen opvattingen en persoonlijke normen en waarden. Als we van die keuzevrijheid goed gebruik maken, schept dat mogelijkheden die tot een enorme verrijking van het leven kunnen leiden, aldus Naisbitt. Daarom besluit hij zijn *Megatrends* Amerikaans pathetisch, met de uitroep: „Mijn god, wat een fantastische tijd om in te leven”.

L. van der Geest

1) John Naisbitt, *Megatrends. Ten new directions transforming our lives*, Futura Books, MacDonald & Co Publishers Ltd, Londen, 1984.