

Expertpanel - Erik Bouwer: Internet voor iedereen

25-01-2011 08:50

Hypes worden tegenwoordig ook snel opgepikt door prijsvechters, dus er is al een 'tablet' voor iets meer dan 100 euro. In het hogere segment zullen de prijzen binnen afzienbare tijd gaan dalen. IDC heeft aangegeven dat de laptopverkopen in Europa een flinke klap hebben opgelopen.

Sommige mensen vinden die hele gadget business (telefoons met camera's die bij wijze van spreken kunnen tippen aan een Hasselblad; mobiele applicaties waarmee je kunt nagaan of er een schoon toilet in de buurt is) onzin en iets typisch westers. Ze lezen gewoon hun papieren krant, weigeren iets te doen met social media en gebruiken hun mobiel hooguit om mee te bellen. Dat houdt het leven overzichtelijk. Misschien lopen ze achter. Andere mensen denken dat de tablet geen hype is en vinden dat ze vooroplopen met hun iPad. De volgende generatie tablets echter zal standaard een 3D touch screen hebben en stalt alle data in de cloud. De spullen die we het afgelopen jaar in huis hebben gehaald, verdwijnen dan in de kast - net als de walkman met zijn cassettebandjes, de eerste mp3-speler van Apple en onze eerste digitale camera. Te groot, te onhandig, niet meer van deze tijd.

Ook early adopters lopen snel achter. De grootste verandering doet zich voor op plekken waar we weinig bij stil staan. Cloud computing, digitalisering en de prijsdaling van elektronica zorgen voor een stille revolutie in landen waar mensen geen tijd hebben om uit verveling naar hun Facebook profiel te kijken. Bijna twee miljoen schoolkinderen in minder ontwikkelde gebieden kunnen met de One Laptop Per Child (een bedenkfel van Nicholas Negroponte, <http://one.laptop.org/>; waterproof, energiezuinig en voorzien van wifi) ongeveer evenveel boeken gratis digitaal raadplegen. Het project, waar sinds 2005 aan wordt gewerkt, maakt duidelijk dat in ontwikkelingslanden een generatie ontstaat die het papier gewoon overslaat. Alfabetisering begint niet langer met uitsluitend potlood, schrift en schoolbord. Iets vergelijkbaars zag ik enkele jaren geleden aan de rand van sloppenwijken in het Indiase Hyderabad, waar Big Blue kindbestendige pc's plaatste in kleuterscholen. In Afrika heeft het Indiase Bharti Airtel zich een stevige positie verworven in mobiele telefonie - in zestien landen. Met de hulp van Big Blue (verantwoordelijk voor de gsm-infrastructuur) wil Bharti daar de komende twee jaar groeien van 40 naar 100 miljoen abonnees. Hardwareleveranciers en mobiele operators likken hun vingers af bij het zien van deze laatste groeimarkt. Zonder (web)content en mobiele diensten valt er weinig informatie over te dragen, maar de technische infrastructuur - het netwerk - lijkt een minstens even belangrijk element te worden in het grootschalig ontsluiten van informatie.

Je zou kunnen stellen dat wij de online revolutie in technologisch opzicht al achter de rug hebben. We zijn inmiddels zo ver dat we ons bezig houden met de 'gevolgen': veranderende uitgeefmodellen, informatievaardigheden, mediawijsheid en privacyvraagstukken. De grootste verandering moet nog komen - en die zit in het rechte trekken van de verhoudingen als het gaat om toegang tot informatie. Die corrigerende ontwikkeling vindt niet plaats in ons land, niet in de uithoeken van Europa, maar vooral in de verre periferie.

David Huijzer