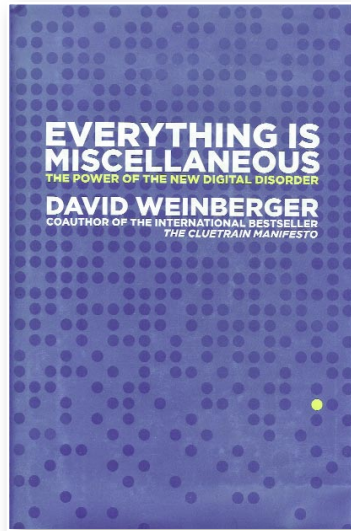


# Aan de achterkant van uw grenzeloos gelijk

**E**ind jaren '90 was David Weinberger co-auteur van *The Cluetrain Manifesto*, één van de grondleggende geschriften over toepassing van internet. Het bestaat uit 95 stellingen en een aantal essays waarmee de auteurs de lezer willen laten zien dat de wereld door de komst van internet is veranderd en dat deze veranderingen een enorme impact hebben op het bedrijfsleven. Ik heb het laatst nog eens gelezen en moet zeggen dat het niet aan kracht heeft ingeboet.

Ik was dan ook benieuwd naar zijn laatste boek en verrast dat het over een onderwerp gaat dat mij zo aan het hart gaat: de toegankelijkheid van informatie. In *Everything is Miscellaneous* beschrijft Weinberger de achtergronden en theorie van de toegankelijkheid van data in grote bestanden, werk waar een bibliothecaris zijn hand niet voor omdraait. In zijn opsomming van het splitsen en verdelen van begrippen (taxonomie) moest ik onwillekeurig denken aan eenzelfde verhandeling in een boek van Ken Wilber, beroemd auteur op het gebied van transpersoonlijke psychologie, *Zonder Grenzen*. Hoewel zij beiden vanuit verschillende beelden kijken naar de wijze waarop mensen met hun kennis omgaan (het splitsen en verdelen van kennis, denken in hokjes, organiseren van kennis), komen zij beiden tot de conclusie dat wij beter naar het geheel kunnen kijken. In het geval van Wilber is dat de zoektocht naar en de (her)ontdekking van het ware zelf, in het geval van Weinberger is dat de mogelijkheid meer verkopen te doen door niet vooraf maar achteraf pas hokjes te vormen in het geheel. Overigens hebben beide denkers in het bedrijfsleven inderdaad voet aan de grond gekregen met hun ideeën.

Volgens Weinberger vraagt het internet om een andere benadering van het organiseren van zaken. Zoals gezegd, voorheen deelden we de wereld in categorieën in. Vervolgens stopten we daar dan de beschikbare informatie of producten in. Deze methode was gebaseerd op de gebruikelijke indelingen uit de wetenschap (Linnaeus, taxonomieën), maar ook op het feit dat fysieke dingen maar op één plaats kunnen zijn. Natuurlijk is het best 'lekker' om over de plaats in de rangorde (catalogus, filmkeuring, etc.) te kunnen beslissen en regels daarover op



David Weinberger  
*Everything Is  
Miscellaneous: The  
Power of the New  
Digital Disorder*  
Times Books, 2007

Drs. Bart van der Meij,  
management  
consultant, Ordina  
Public Management  
Consulting,  
Groningen.

te stellen en zit dat diep in onze cultuur ingebed; daarom komen we volgens hem maar lastig van dit fenomeen af.

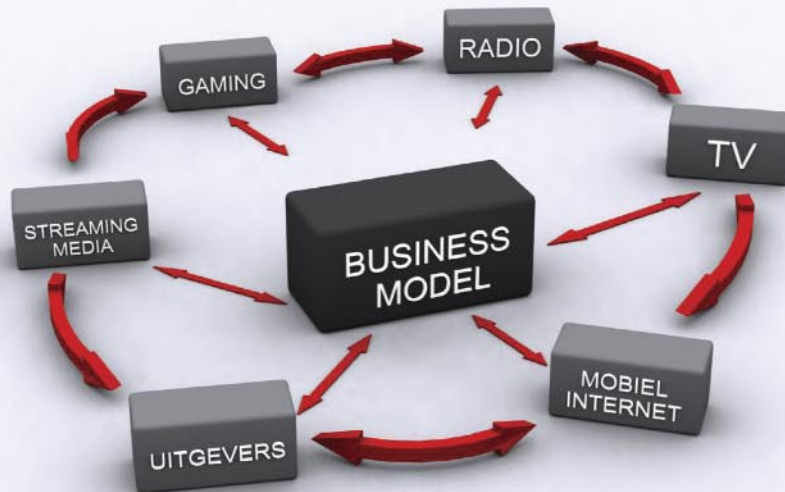
Weinberger stelt dat het gebruik van metadata voor het creëren van toegankelijkheid overbodig wordt. Immers, door digitalisering kan de complete inhoud, woord voor woord, als metadata gelden. Het interpreteren van de inhoud en vertalen naar termen, het eerder genoemde gebruik van regels, kan dan ook worden verlegd naar de gebruiker in plaats van naar de auteur of de expert. Door het snelle linken en taggen worden kennis en producten op iedere mogelijke manier onder de aandacht van de geïnteresseerde gebruiker gebracht. En door het gebruik van mashups, waarin verschillende soorten kennis en producten door tagging worden gelinked en bij elkaar gebracht. Voor iedere zoekvraag zal een individueel zoekpad met passende antwoorden ontstaan. Zijn belangrijkste boodschap is dan ook: sluit alles in, niets uit en zorg voor technieken die het mogelijk maken achteraf te sorteren naar de behoefte van de individuele gebruiker.

Overigens bespreekt Weinberger zijn ideeën in het boek zelf het best in een Google TechTalk van ongeveer drie kwartier, te vinden via Google Video. Hij heeft grenzeloos gelijk. **IK**

## Bronnen

- Weinberger in Google TechTalk;  
<http://video.google.com/videoplay?docid=2159021324062225592&hl=nl>
- Wilber, Ken. *Zonder Grenzen: oosterse en westerse benaderingen van persoonlijke groei*. Karnak, 1994.

# MEDIA CONGRES | I ♥ BUSINESSMODELLEN



Actief speler in de mediaketen? Hoe bepaalt u uw strategie?  
Feit is dat traditionele businessmodellen grondig aan het veranderen zijn.  
Kijk kritisch naar uw businessmodel.

Hét mediacongres onder leiding van dagvoorzitter **Ewald Smits**,  
oud uitgever Zibb.nl en oprichter Sync.nl. Met sprekers als:

- Dr. 'businessmodel' Alexander Osterwalder
- Peter de Mönnink – CIO Global, Reed Business
- Reinout te Brake – Group Strategist, SPILL GROUP
- Gert Jan Oelderik – Directeur/Uitgever NRC Next

Op **woensdag 10 september** krijgt u een volledige update over businessmodellen in de media en praktische methodes om uw businessmodel te innoveren. Minder focus op de typische mediathema's als behavioral targeting, non spot en product placement en meer focus op de achterliggende visie.

[www.ilovebusinessmodellen.nl](http://www.ilovebusinessmodellen.nl)



Hogeschool van Amsterdam



## SCHATBEWAARDER m/v

Informatie en ICT spelen een sleutelrol in elke organisatie. Maar hoe vind je de juiste weg in de ontelbare bronnen van tekst, beeld en geluid en hoe zorg je ervoor dat een bedrijf optimaal profiteert van de (toekomstige) ICT-voorzieningen?

De Hogeschool van Amsterdam biedt je in deeltijd de mogelijkheid je te specialiseren in het managen van

informatie of in de ICT. Je kunt werk en studie combineren en binnen korte tijd je hbo-diploma halen. De studie Informatie & Media leidt je op tot Bachelor of Media, Information and Communication. De studie Informatica leidt je op tot Bachelor of Information and Communication Technology. Jij wordt de schatbewaarder van je bedrijf! Geïnteresseerd? Schrijf je dan nu in.

[www.hva.nl/mcideeltijd](http://www.hva.nl/mcideeltijd)