

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

Verwende generatie kan voor ommekeer zorgen

De wereld staat voor een aantal van de grootste uitdagingen in de geschiedenis, en is aangewezen op een generatie verwende en onzekere jongeren om deze aan te gaan. Toch is er hoop. Juist in deze tijd krijgen jonge talenten de mogelijkheid om lering te trekken uit destructieve hebzucht, en om kennis te ontwikkelen over duurzaam leiderschap.

door *Arie Kuiper*

De auteur (1986) is student economie en internationale betrekkingen aan het University College in Utrecht. Onlangs hertaalden zijn vader Roel Kuiper en hij *Ongehoofd en revolutie* van Guillaume Groen van Prinsterer. E-mail: kuiperarie@gmail.com

BLOZENDE WANGEN

Het is niet onwaarschijnlijk dat ik het in de jaren '50 en '60 prima naar mijn zin zou hebben gehad. Het is voor mijn generatie moeilijk om in te schatten wat de sociale gevolgen zijn geweest van de Tweede Wereldoorlog, maar over het algemeen staan foto's uit die tijd vol blije gezichten met blozende wangen, die hoopvol de lens in staren. De mensen op de foto's lijken te verwachten dat de decennia erna flinke economische en sociale vooruitgang zullen brengen. En in zekere zin hebben deze mensen daar gelijk in gekregen. Geen enkele andere periode in de wereldgeschiedenis kent een economische groei die vergelijkbaar is met die in de periode tussen het einde van de oorlog en de oliecrises in de jaren '70.

Door de snelle economische groei van de naoorlogse periode is ook het ideaal van de maakbaarheid van de samenleving diep geworteld in onze overtuigingen. Onder de kabinetten van Willem Drees heeft onze sociale wetgeving vorm gekregen, de verzorgingsstaat werd geboren. Niemand hoefde meer arm te zijn in Nederland. De staat zorgde voor de ouden en zwakken en onze economie kon dit alles prima dragen. Wanneer je tek-

sten, kranten en nieuwsberichten uit die tijd leest, lees je het optimisme tussen de regels door. Het moet mooi zijn geweest om overal de ontwikkeling en vooruitgang te zien. Het is dan ook niet zo vreemd dat juist dit vooruitgangdenken zich zo diep geworteld heeft in de (vele) kinderen van die generatie. Ook na de ‘reality check’ van de jaren ’70 en de enorme werkloosheid van de jaren ’80, bleven de babyboomers zich vastbijten in het vooruitgangsideaal.

De kinderen van de babyboomers groeiden op in economisch veel moeilijker tijden. Veel jongeren uit de generatie ‘nix’ worstelden op de arbeidsmarkt tegen de vele babyboomers. Toch waren er altijd nog wel wat waarden om aan vast te houden. De oer-Hollandse zuilenstructuur bood eigenlijk alleen nog maar houvast in het kiezen van de juiste tv-programma’s, maar Rusland was nog altijd de vijand. Het reële gevaar was onduidelijk, maar dat er gevaar was stond buiten kijf. Daarnaast was er in Amsterdam altijd wel iets om voor of – vooral – tegen te demonstreren. De economische instabiliteit, gecombineerd met de onzekerheid van de Koude Oorlog, zorgde in ieder geval voor een stabiele aanvoer van zaken waar een jonge student zijn idealen op kon botvieren.

Ook dit is niet mijn generatie. Mijn generatie is de generatie die geboren werd in de jaren ’80 en opgroeide na de val van de Muur, de generatie die geboren werd in de tijd dat de tegenstellingen tussen communistisch en kapitalistisch verdwenen en Fukuyama enigszins prematuur de overwinning van het liberalisme vierde. Hoewel in die tijd het achtuurjournaal

Mijn generatie kenmerkt zich door lethargie met betrekking tot hogere idealen

voor mij vooral betekende dat het bedtijd was, denk ik dat het einde van de Koude Oorlog een breekpunt is tussen de vorige generatie en de huidige; dat dit het breekpunt is tussen een generatie met idealen en eentje zonder. Ik ben ervan overtuigd dat de idealen van

mijn generatie zich beperken tot de prettigheden van hedonisme, of op zijn best eudemonisme. Waar de generatie die opgroeide in de jaren ’80 nog enthousiast raakte voor een demonstratie, kenmerkt mijn generatie zich door een algemene lethargie met betrekking tot hogere idealen. Een tweede kenmerk van mijn generatie – ook wel de generatie Y genoemd – is dat deze als geen ander is ondergedompeld in de wereld van de nieuwe media. Opgroeïend in de jaren negentig raakten we gewend aan het ononderbroken entertainment van de televisie. Later kwamen daar ook internet en mobiele telefonie bij. Het derde en laatste kenmerk van generatie Y is dat ze als geen ander is verwend door de mogelijkheden van onze welvaart.

Deze mogelijkheden zijn eindeloos, en we spenderen dan ook heel wat tijd aan het afwegen van onze keuzes en paden.¹

GENERATIEKLOOF

Allereerst is het belangrijk de grens te bepalen tussen deze generatie en de vorige. Juist de val van de Muur is hierin van belang. Met de Muur verdween de grote tegenstelling en de angst voor ‘de bom’, maar ook een uitstekende voedingsbodem voor politieke, religieuze of maatschappelijke betrokkenheid. Al eerder noemde ik Fukuyama. In zijn boek *The end of history and the last man* (1992) roept hij de overwinning van het liberalisme uit. De westerse idealen hebben voorgoed de strijd gewonnen. Vanaf nu zou het ruim baan zijn voor de waarden van democratie en kapitalisme. De afgelopen jaren heeft zijn theorie duidelijk aan geloofwaardigheid ingeboet, maar voor een groot gedeelte van de jaren '90 was de hegemonie van de westerse waarden onbetwist. De meer actieve linkse beweging had een flinke ideologische klap opgelopen.

Diezelfde jaren waren ook economisch een betere tijd. De grote werkloosheid uit de jaren '80 was grotendeels opgelost. Ook dit erodeerde de steun voor ideologisch links. De twee belangrijkste voedingsbodems voor maatschappelijke activiteit — de Koude Oorlog en de grote werkloosheid — verdwenen. Toch is dit niet de enige reden voor de idealistische lethargie van deze generatie.

In 2000 kwam Robert Putnam met zijn invloedrijke boek *Bowling alone. The collapse and revival of American community*. Hierin onderzoekt hij de achteruitgang van maatschappelijke betrokkenheid. Het gaat hierbij onder andere om politieke en religieuze participatie. Putnam laat zien dat in de afgelopen vijftig jaar de tijd die gemiddeld aan maatschappelijke activiteiten wordt besteed sterk is teruggelopen. Hij geeft hier een aantal oorzaken voor, waarvan twee in dit geval relevant zijn. De eerste is de generatiewisseling. De maatschappelijk actieve generatie wordt langzaam vervangen door een generatie die meer individualistisch is. In de tweede oorzaak wordt de angst van elke ouder bewaard: een groot deel van deze achteruitgang is te wijten aan de televisie: ‘Even members of the long civic generation who are heavy TV watchers reduce their civic involvement.’² Toch moet ook Putnams analyse nog worden beschouwd als een voorzichtige schatting. Zijn theorie dateert uit halverwege de jaren negentig, en het boek is uit 2000. De twintigers van nu vormen de eerste generatie die opgroeide met de vanzelfsprekendheid van non-stop televisie, en kort daarna internet en mobiele telefonie. Bijna een decennium later consumeert en communiceert mijn generatie door middel van tech-

nieken en media die de voorgaande generaties nog nauwelijks bij kunnen houden. Mijn eigen communicatie gaat via telefoon, sms, drie verschillende e-mailadressen en de website Facebook. Daarmee ben ik nog een van de minst bereikbare jongeren. Andere mogelijkheden te over: Twitter, Hyves, MySpace, chat, Skype, push e-mail met de BlackBerry of iPhone, en natuurlijk het oude vertrouwde webloggen. Laat me nog eens benadrukken dat het hier alleen nog maar gaat om communicatie. Putnam legde de schuld bij het — voor generatie Y inmiddels verouderde — medium televisie. Onze entertainmentmogelijkheden zijn sindsdien flink toegenomen. Wij downloaden via BitTorrent, nieuwsgroepen, iTunes, of kijken televisieprogramma's via uitzendinggemist.nl of Joost.

Kenmerkend voor de mijn generatie is bovendien de grote hoeveelheid keuzes waarmee we worden geconfronteerd. In mijn inleiding beschreef ik al kort de voorgaande twee generaties, en ik denk dat we deze groep jongeren veilig kunnen beschouwen als de derde generatie welvaartskinderen. Dit heeft invloed op de twintigers zowel via een economische ontwikkeling als via een sociale ontwikkeling. Nederland is tegenwoordig rijker dan ooit en we hebben meer mogelijkheden dan ooit. Elke voorgaande generatie heeft keihard gewerkt om haar kinderen meer te geven dan ze zelf heeft gehad. Dit betekent dat we verwend zijn. De twintigers van nu zijn gewend aan een luxe levensstijl. Consumentenproducten worden steeds goedkoper geproduceerd en de keuze is enorm. Daarnaast zijn ook de persoonlijke ontwikkelingsmogelijkheden gigantisch. Een topklasse universitaire of hbo-opleiding is beschikbaar voor het luttele bedrag van 1500 euro per jaar. Onze rijkdom heeft vele deuren geopend.

Toch zijn wij pas de derde generatie welvaartskinderen. Juist in die eerste twee generaties heeft zich de grootste sociale verandering gemanifesteerd. De mogelijkheden die werden gecreëerd stelden vrouwen in staat zich los te maken uit de traditionele gezinspositie. Anderen schudden de beperkingen van de zuilenstructuur van zich af en weer anderen bevrijdden zich uit een beperkende economische situatie. Dit heeft ervoor gezorgd dat onze ouders ons stevast adviseren dat we ons hart moeten volgen en toch vooral onszelf moeten zijn. De grote vraag is echter: wat is dat dan? Wat wil mijn hart? En vooral: wat betekent het om 'mezelf te zijn'?

GENERATIE Y

Al deze processen hebben meegewerkt aan de creatie van een generatie die niet langer bezig is met grote idealen. De vooruitgang van de samenleving is niet bijzonder relevant, zolang de vooruitgang van het individu niet

wordt gestuit. Bovenstaande processen hebben geleid tot een generatie vol hyperconsumentisme en hyperindividualisme.

Afgelopen jaar werd de iPhone gelanceerd in Nederland, met lange rijen voor de winkels tot gevolg. Het dure contract namen de consumenten voor lief. Meer nog dan dat de telefoon een handig apparaat is, is het een statement. Een middel om uit te drukken dat je stijlvol, jong en hip bent. De iPhone-hype is symptomatisch voor het hyperconsumentisme van mijn generatie. Twintigers gaan niet de straat op wanneer Georgië of Gaza wordt gebombardeerd, maar vooral wanneer de nieuwste gadget wordt geïntroduceerd. Merken worden gebruikt om je te kunnen aansluiten bij een type identiteit dat gecreëerd is door de fabrikant. Dit gaat zelfs zo ver dat mensen hun identiteit en karakter beschrijven aan de hand van merken. Het zogenaamde 'brand dating' laat mensen de merken aanvinken waarmee zij zich het meest identificeren. Aan de hand hiervan wordt een match gemaakt met een persoon die zich met dezelfde merken identificeert.

Naast hyperconsument is mijn generatie vooral ook hyperindividualistisch. De voorgaande generaties leggen de druk op onze schouders om toch vooral ons leven maximaal te leven. Als gevolg daarvan zijn wij vooral bezig met het afwegen van keuzes in plaats van ernaar te leven. In een themanummer van *Volkskrant magazine* over twintigers stond een serie portretten van veelbelovende jongeren die steeds niet in staat bleken om een opleiding af te maken, en steeds weer hun hart volgden naar de volgende. Toch mag iemand vooral geen mislukking heten. Je wilt immers niet je leven lang in een baan zitten waar je niet gelukkig van wordt. In plaats daarvan worden identiteiten en successen uitgebreid geëtaleerd op het internet. Een vakantie moet zorgvuldig gedocumenteerd op Hypes of Facebook verschijnen. Als we al niet volledig meester zijn over ons geluk en onze ontwikkeling, dan moeten we toch in elk geval die schijn ophouden in onze online etalage.

DE TIJD EN DE CRISIS

Het beeld dat ik nu van mijn generatie heb geschetst is niet zonder meer positief te noemen. Daarbij ben ik ook niet zonder zonde. Ook ik heb van mijn laatste loon een iPod gekocht en ook ik heb mijn vakantiefoto's op Facebook gezet. Ook ik geniet van goedkope vliegtickets zonder CO₂-compensatie en ook ik koop soms dingen die ik niet nodig heb, maar gewoon leuk vind. Met veel plezier heb ik me aangesloten in de rij der generaties om de laatste stukjes leven uit de aardbol te persen in een consumptief bacchanaal. Daarbij hou ik enorm van auto's, en dan niet van de langzame. Vol afgunst kan ik een grote Amerikaanse *muscle car* nakijken, terwijl ik me af-

vraag of dat er voor mij ooit nog inzit. Eerder noemde ik de generatie Y al de derde generatie welvaarts kinderen. Het materiële vooruitgangdenken zit diep geworteld in onze cultuur, en graag doen we het financieel allemaal net een beetje beter dan onze ouders.

Toch is de laatste jaren het idee ontstaan dat deze westerse, op consumptie gerichte levensstijl niet duurzaam is. Net als de voorgaande twee generaties zijn wij verslaafd aan de consumptieve voordelen van de economische groei. Maar in tegenstelling tot de eerste twee, zal het onze generatie zijn die de problemen van deze levensstijl moet oplossen, en het is maar de vraag of wij daartoe in staat zijn. Een paar jaar geleden werd onze generatie ook al de IPOD-generatie genoemd: *Insecure, Pressured, Over-taxed and Debt-ridden*. Met andere woorden: de wereld staat voor een aantal van de grootste uitdagingen in de geschiedenis, en is aangewezen op een generatie verwende en onzekere jongeren om deze aan te gaan.

Het is op dit punt bijzonder moeilijk om niet te moraliseren. Vele — veel grotere — schrijvers vóór mij hebben al opgeroepen voor een terugkeer naar sociale cohesie of het afzweren van de op consumptie gerichte levensstijl. Al in de jaren '70 schreef Bob Goudzwaard over de 'economie van het genoeg' en onlangs heeft zelfs Femke Halsema haar duit in het duurzaamheidszakje gedaan met haar boek *Geluk! Voorbij de hyperconsumptie, haast en hufterigheid*.³ Toch is het onwaarschijnlijk dat de hang naar groei snel zal worden vervangen als drijvende kracht achter de economie. Geld staat sociologisch op eenzame hoogte als meetinstrument van succes. Niettemin hoop ik dat de huidige crisis een zuiverende en zingevende werking heeft. Ik hoop dat de crisis een mentaliteitsverandering inluidt voor de jongeren van generatie Y. Tot nu toe heeft mijn generatie niets gehad om tegen te vechten. Deze crisis stelt ons voor nieuwe uitdagingen en biedt nieuwe mogelijkheden voor jonge leiders. Op dit moment vallen er gaten in de linies bij op hebzucht gebaseerde bedrijven. Dit zijn precies de gaten die mijn generatie kan opvullen. Juist in deze tijd krijgen jonge talenten de mogelijkheid om lering te trekken uit destructieve hebzucht, en om kennis te ontwikkelen over duurzaam leiderschap. Deze unieke situatie geeft onze generatie de kans om een doel te vormen: ze ziet de fouten van het hyperkapitalisme en is jong genoeg om duurzamere vormen van consumptisme en kapitalisme te ontdekken. Waar de vorige generatie nu vooral 'crisis' ziet, moet mijn generatie denken in mogelijkheden en nieuwe uitdagingen.

Concreet zijn er twee nieuwe uitdagingen die een leidraad kunnen vormen voor de komende decennia. De eerste is een moreel vraagstuk. Lange tijd zijn geld en economische vooruitgang de drijvende kracht geweest achter ontwikkeling en groei, zowel op micro- als macroniveau. Deze tijd

laat ons zien hoe makkelijk en hoe snel een economisch systeem kan falen. Een paar procentpunt economische krimp heeft duidelijke gevolgen voor onze omgeving. Onmiddellijk is daardoor een nieuw debat ontstaan over de basis van onze morele overwegingen. Onmiddellijk zijn mensen ook weer op zoek gegaan naar andere vormen van zingeving dan geld en economische groei. Ik hoop dat mijn generatie een moreel vooruitgangdenken weet te ontwikkelen. Dit kan vorm krijgen in het (her)vinden van geloof, maar ook in het hervinden van de ander. In het hervinden van duurzame relaties voor het persoonlijke leven, maar ook in het hervinden van duurzame relaties voor het zakenleven.

De tweede uitdaging is een duurzaamheidsvraagstuk. Het zal onvermijdelijk zijn om in de toekomst onze consumptie te minderen. Mijn generatie kan bedrijven starten die duurzaam produceren en op een verantwoordelijke manier omgaan met werknemers, afnemers en het milieu. Mijn generatie kan politieke invloed uitoefenen op milieubeleid. Eerder sprak ik al over hyperindividualisme en hyperconsumentisme in mijn generatie.

Ik hoop dat mijn generatie in staat is het hyperconsumentisme om te zetten in een hyperduurzaam consumentisme

Consumptie zal nog lang de kern blijven van onze economie, maar die consumptie mag niet meer ten koste gaan van het milieu. Mijn generatie kan ervoor zorgen dat belastende consumptie voor rekening komt van de belaster, en niet wordt doorgeschoven naar volgende generaties. Tegelijkertijd kunnen ook duurzame producten een vaste

plaats verwerven in ons goederenpakket, een ontwikkeling die al aan de gang is: steeds meer duurzame producten, zoals hybride auto's, worden lifestyle-items. Ik hoop dat mijn generatie in staat is het hyperconsumentisme om te zetten in een hyperduurzaam consumentisme.

Er is hoop voor generatie Y. Juist de huidige economische crisis geeft de jongeren van nu de mogelijkheid zich te ontplooien en zich te richten op een duurzame toekomst. Er is meer dan genoeg werk te doen in dit land. Laat deze generatie zich net zo inzetten als de generatie van vlak na de oorlog. Zodat over vijftig jaar een jongetje zich kan verbazen over de blozende wangen van de Hollandse jongens en meiden in zijn geschiedenisboek. Zodat men terug kan kijken op deze periode en kan zien dat men voor een grote uitdaging stond, maar deze met overtuiging heeft aangenomen. Nederland heeft in het verleden voor grote uitdagingen gestaan — maar net als de zee kan, met generatie Y aan het roer, ook de crisis worden bedwongen.

Noten

- 1 Zie voor een schets van generatie Y de bijdrage van Hemels elders in dit nummer.
- 2 Robert D. Putnam, *Bowling alone. The collapse and revival of American commu-*

nity. New York: Simon & Schuster, 2000, p. 284.

- 3 Zie ook de bijdrage van Beekers over de christelijk-sociale vooruitgangskritiek en de boekbespreking van *Geluk!* door Cynthia van Gorp elders in dit nummer.