

**JOSÉ VAN DIJCK, THOMAS POELL
& MARTIJN DE WAAL**

DE

P L A T

F O R M

SAMENLEVING

**Strijd om publieke waarden in
een online wereld**

**A
U
P**

De platformsamenleving

De platformsamenleving

Strijd om publieke waarden in een online wereld

*José van Dijck
Thomas Poell
Martijn de Waal*

Amsterdam University Press

Deze publicatie is tot stand gekomen met steun van het 'Over Grenzen'-programma van de Koninklijke Nederlandse Academie van Wetenschappen (KNAW)

Ontwerp omslag: Studio Ron van Roon, Amsterdam
Ontwerp binnenwerk: Crius Group, Hulshout

ISBN 978 94 6298 461 5
e-ISBN 978 90 4853 529 3
DOI 10.5117/9789462984615
NUR 740



Creative Commons License CC BY NC ND
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>)

© All authors / Amsterdam University Press B.V., Amsterdam, 2016

Some rights reserved. Without limiting the rights under copyright reserved above, any part of this book may be reproduced, stored in or introduced into a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means (electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise).

De uitgeverij heeft ernaar gestreefd alle copyrights van in deze uitgave opgenomen illustraties te achterhalen. Aan hen die desondanks menen alsnog rechten te kunnen doen gelden, wordt verzocht contact op te nemen met Amsterdam University Press.

Inhoud

Voorwoord	7
Introductie	9
1. De invloed van onlineplatformen op de organisatie van de samenleving	17
1.1 De opkomst van een platforminfrastructuur	17
1.2 Naar een ecosysteem van platformen	20
1.3 Platformen en het proces van maatschappelijke ordening	24
1.4 Van platformecosysteem naar platformsamenleving	29
1.5 Conclusie	34
2. Platformmechanismen	37
2.1 Dataficatie	39
2.2 Commodificatie	44
2.3 Selectie	50
2.4 Conclusie	56
3. Vervoer in de platformsamenleving	59
3.1 Vervoersplatformen in de deeleconomie	62
3.2 Dataficatie	65
3.3 Commodificatie	68
3.4 Selectie	76
3.5 Conclusie	80
4. Journalistiek in de platformsamenleving	83
4.1 De rol van journalistiek in de samenleving	85
4.2 Dataficatie	87
4.3 Commodificatie	92
4.4 Selectie	96
4.5 Alternatieve platformmechanismen en professionele waarden	103
4.6 Conclusie	108

5. MOOC's – De publieke waarden van hoger onderwijs in de platformsamenleving	111
5.1 Een korte geschiedenis en context van de MOOC	113
5.2 Dataficatie en selectie	117
5.3 Commodificatie: data en nanodegrees	122
5.4 Impact van MOOC's op het publieke hoger onderwijs	126
5.5 Een publiek antwoord op commerciële MOOC's?	131
6. De rol van de overheid in de organisatie van de platformsamenleving	135
6.1 De rollen van de overheid	136
6.2 De overheid als gebruiker van platformen	139
6.3 De overheid als regulator	143
6.4 De overheid als ontwikkelaar	148
6.5 De organisatie van de platformsamenleving: strijd of samen- werking?	152
6.6 Een mondiaal speelveld met (supra)nationale overheden	155
6.7 Naar een evenwichtige platformsamenleving	162
6.8 Tot slot	165
Bibliografie	167

Voorwoord

Dit boek is het resultaat van een project dat in 2013 begon onder de titel 'Sociale media en de transformatie van de publieke ruimte'. Dit samenwerkingsproject tussen mediawetenschappers van de Universiteit van Amsterdam en de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) is gesteund en mogelijk gemaakt door het 'Over Grenzen'-programma van de KNAW. Dat programma daagt onderzoekers uit academische kennis te verbinden aan toegepaste of toepassingsgerichte domeinen. De centrale vraag in dit project was aanvankelijk hoe de opkomst en snelle verspreiding van socialemedianetwerken als Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, Google+ en videoplatformen als YouTube steeds meer invloed krijgen op het sociale verkeer, en wat dit betekent voor beleidsmakers. Mediawetenschappers richtten zich doorgaans op het eerste vraagstuk en minder vaak op het tweede: de implicaties van de *werking* van onlineplatformen voor beleid en beleidsmakers.

Onderwerpen als digitalisering, informatisering en dataficering van de samenleving hebben de afgelopen decennia prominent op de werkagenda van de WRR gestaan. Het is dan ook niet toevallig dat we in deze studie veel gebruikmaken van WRR-rapporten die in het verleden over dit onderwerp verschenen zijn. Enerzijds omdat de WRR door dit project meer inzicht en kennis wilde krijgen in hoe sociale media precies werken; anderzijds omdat de adviezen die in de loop der tijd verschenen zijn, bij uitstek zicht bieden op hoe het onderwerp is geëvolueerd. Aanvankelijk was ons onderwerp vrij nauw gedefinieerd. Dat sociale media een belangrijke rol spelen in ons dagelijkse sociale en economische verkeer, was in 2013 wel duidelijk. Maar het onderwerp bleek niet stil te staan: ieder jaar kwamen er nieuwe typen onlineplatformen bij die ons dwongen het onderwerp uit te breiden. Uber veroverde lokale markten voor taxivervoer, Airbnb positioneerde zich stevig op de hotelmarkt, platformen als Coursera en edX creëerden een niche in de onlineonderwijsmarkt, en in 2015 deed zich een explosie aan gezondheidsapps voor. Gaandeweg constateerden we dat we de analyse minder moesten richten op specifieke (socialemedia)platformen en meer op de mechanismen die ze in gang zetten. Tezelfdertijd werd ook duidelijk dat onlineplatformen vanuit steeds meer sectoren en domeinen een groeiende invloed kregen op de inrichting van de samenleving. We besloten onze focus aan te passen en aan de hand van enkele exemplarische sectoren te laten zien hoe platformmechanismen werken en welke gevolgen ze kunnen hebben voor de verankering van publieke belangen. Het resultaat is een analyse van het wat, hoe en waarom van een zich ontwikkelende platformdynamiek.

De titel *De platformsamenleving* verwijst niet naar de uitkomst van die analyse, maar naar een *moving target*: we laten in dit boek zo goed en kwaad als het kan zien hoe onlineplatformen werken en wat burgers en overheden ermee (kunnen) doen. Het is geen handboek of *how-to-gids*, en ook geen wetenschappelijk empirisch onderzoek naar de effecten van platformen. Dit boek is een verkenning van de relatie tussen platformen en de samenleving waarin ze geleidelijk vervlochten worden. Daarbij proberen we over de grenzen van ons vak te kijken en verbindingen te leggen tussen analytische kennis en professionele beleidsdomeinen.

We hadden deze verkenning niet kunnen schrijven zonder de hulp van een aantal mensen. Allereerst dank aan André Knottnerus, voorzitter van de WRR en enthousiast mede-initiator van dit project. Annemarth Idenburg en Henk Griffioen van de WRR hebben een aantal keren met ons van gedachten gewisseld. Dank ook aan Erik Schrijvers die de laatste versie kritisch heeft meegelezen en becommentarieerd. De input van Corien Prins, oud-lid van de WRR en hoogleraar Informatierecht, was bijzonder waardevol. Verder zijn we veel dank verschuldigd aan Anne Helmond en David Nieborg, mediaonderzoekers aan de Universiteit van Amsterdam en beiden opmerkelijke lezers met veel oog voor (technische) details. Ten slotte dank aan Fernando van der Vlist, die heeft gezorgd voor het onderzoek en ontwerp van de figuren in het boek, en Cindy Krassen voor het checken van de referenties.

Amsterdam, augustus 2016.

José van Dijck
Thomas Poell
Martijn de Waal

Introductie

In februari 2016 werd in Nederland de eerste buitenlandse editie gelanceerd van het Amerikaanse buurtplatform Nextdoor. Doel van het platform is om uit te groeien tot een soort Facebook voor de buurt; volgens de homepage helpt Nextdoor 'duizenden buurten ... om aan een prettigere, veiligere woonomgeving te werken' (Nextdoor 2016). Zo kan men met behulp van dit platform een oppas zoeken, een zoekgeraakte poes terugvinden of een buurtwacht opzetten. Een paar maanden eerder werd ook al een ander buurtplatform geïntroduceerd: Gebiedonline.nl. Ook dit is een platform waar gebruikers buurtnieuws uit kunnen wisselen, een evenement in de buurt kunnen organiseren of zich in kunnen zetten rond een gemeenschappelijk doel. Met het platform hoopt Gebiedonline bij te dragen aan maatschappelijke en democratische vernieuwing (Gebiedonline 2016).

Naast deze twee voorbeelden zijn er de afgelopen paar jaar nog een groot aantal buurtwebsites en -platformen opgezet: mijnbuurtje.nl, buuv.nl, burennetwerk.nl, wehelen, IloveNoord, voordebuurt.nl. Al deze initiatieven hebben soortgelijke doelen. Ze willen de veiligheid, de kwaliteit van leven en de verbinding tussen bewoners in de buurt verbeteren. En allemaal doen ze dat door de inrichting van een onlineontmoetingsplek; een 'platform', waarop buurtbewoners met elkaar kunnen communiceren, hun hulp aan kunnen bieden of juist een vraag daartoe kenbaar kunnen maken. Buurtbewoners kunnen via deze platformen thema's agenderen, ideeën uitwisselen, hulp roepen mobiliseren of geld inzamelen om problemen in de buurt aan te pakken.

Ondanks de overeenkomsten in deze buurtapps en websites zijn er ook wezenlijke verschillen, al zijn die in het gebruik niet altijd direct zichtbaar. De verschillen hebben onder meer te maken met de manier waarop de buurtplatformen zijn georganiseerd. Zo is Nextdoor een bedrijf uit Silicon Valley, dat inmiddels zo'n tweehonderd miljoen dollar aan investeringen heeft opgehaald. De data die het bedrijf verzamelt, moeten uiteindelijk het hart van het verdienmodel vormen. Nextdoor legt de nadruk op de buurt als een 'marktplaats', waar individuele buurtbewoners van alles met elkaar uit kunnen wisselen. Gebiedonline is opgezet als een coöperatie waarvan de leden zelf eigenaar zijn en ook zelf beschikken over de data die op het platform worden gegenereerd. Buurtgemeenschappen of -verenigingen kunnen lid worden van de coöperatie om het platform in hun buurt te gebruiken. Buuv.nl is weer een buurtmarktplaats voor en door bewoners die wordt gesteund door gemeenten.

Uitgangspunt van deze verkenning is dat deze verschillen in de organisatie van platformen belangrijk zijn. De architectuur en economische modellen van platformen kunnen sturend zijn in het gebruik ervan, en daarmee weer een rol spelen in hoe we – in het geval van bovenstaand voorbeeld – het leven in de buurt ervaren, met wie we daar in contact komen, hoe de publieke ruimtes worden gebruikt, hoe we al dan niet gezamenlijk vorm geven aan de toekomst van de buurt en wie daarin een stem krijgen.

Buurtplatformen zijn slechts een voorbeeld. Ook in andere domeinen in de samenleving zien we dat onlineplatformen een steeds belangrijkere rol zijn gaan spelen. Het taxivervoer, de hotelbranche, het hoger onderwijs, de journalistiek en vele andere sectoren hebben de laatste jaren een metamorfose ondergaan onder invloed van platformen als Uber, Airbnb, Coursera en Facebook.

Wat al deze voorbeelden gemeen hebben, is dat platformen op een nieuwe manier zijn gaan functioneren als marktplaatsen voor het betreffende domein: ze faciliteren burgers, consumenten, bedrijven, organisaties en overheden om met elkaar informatie of kennis te produceren en uit te wisselen, alsook om vraag en aanbod op allerlei terreinen bij elkaar te brengen. De platformen spelen daarin een bemiddelende rol en bieden gebruikers nieuwe mogelijkheden om als aanbieder of gebruiker van informatie of diensten op te treden. Maar dat niet alleen: vaak is er sprake van co-creatie van aanbod en ontwikkeling. En veel meer dan in het verleden worden deze diensten gepersonaliseerd aangeboden. Platformen en hun eigenaren spelen in deze processen een centrale rol. Als ‘marktmeesters’ organiseren zij de omgevingen waarin verbindingen al dan niet tot stand komen en bepalen ze de voorwaarden waaronder dat gebeurt. Algoritmes die vraag en aanbod met elkaar verbinden, nemen daarbij een centrale plaats in. En die algoritmes maken op hun beurt weer gebruik van de data die door platformen over hun gebruikers worden verzameld.

In de journalistiek, de gezondheidszorg, de retailsector en vele andere domeinen is de invloed van deze platformen inmiddels aanzienlijk en wordt er gesproken van een disruptieve of ‘revolutionaire’ ontwikkeling (Parker, Van Alstyne & Choudary 2016).¹ Dat revolutionaire karakter van onlineplatformen hangt vaak samen met een nadrukkelijk technisch-economische definitie van het begrip platform als een technologische basis voor

1 Zie bijvoorbeeld het boek *Platform Revolution* van Parker, Van Alstyne en Choudary (2016), waarin zij beschrijven hoe genetwerkte platformen allerlei sectoren grondig op z'n kop zetten.

interactief sociaal of economisch verkeer.² Wij nemen in dit boek een veel ruimere definitie dan alleen een technisch-economische en vangen onder het begrip platform ook de sociale en politieke condities die ingebouwd zitten in de architectuur ervan (Gillespie 2010).³ In algemene zin kan een onlineplatform omschreven worden als een *technologische, economische en sociaal-culturele infrastructuur voor het faciliteren en organiseren van online sociaal en economisch verkeer tussen gebruikers en aanbieders, met (gebruikers)data als brandstof*.

De verschillende platformen die de afgelopen jaren zijn gelanceerd, staan doorgaans niet op zichzelf. Vaak zijn ze op allerlei manieren met elkaar verbonden. Bijvoorbeeld doordat je met je gegevens van het ene platform (bijvoorbeeld Facebook) weer in kunt loggen op een ander. Of omdat de data die een gebruiker op het ene platform genereert, weer gebruikt kunnen worden om advertenties op een ander platform op de gebruiker af te stemmen. Gezamenlijk vormen deze platformen zo een nieuw 'ecosysteem' voor het organiseren van allerlei verbindingen tussen gebruikers en aanbieders (Van Dijck 2013). Dat ecosysteem heeft steeds grotere invloed op de manier waarop het sociale en economische verkeer in de samenleving georganiseerd is, een ontwikkeling die ook wel platformisering wordt genoemd.⁴

Tot nog toe is er veel aandacht voor de *beloften* van al deze platformen. Ze zouden een nieuw soort economie en samenleving mogelijk maken waarin burgers het heft in eigen hand kunnen nemen. Digitale platformen zorgen voor technologische innovatie en zouden waarde toevoegen voor burgers, consumenten en individuele ondernemers (Van de Glind & Van Sprang 2015, TNO 2015). Op platformen vervaagt de grens tussen consumenten en producenten, en dat heeft mede tot gevolg dat bedrijven, organisaties en overheden sneller kunnen innoveren (Kreijveld 2014). Individuele burgers zouden veel baat hebben bij deze vernieuwing, omdat zij zich zonder tussenkomst van grote bedrijven en instanties kunnen manifesteren (Aigrain 2012; Botsman

2 Het TNO-rapport *Digital Platforms* (2015) hanteert de definitie: 'A digital platform provides a technological basis for delivering or aggregating services/content from service/content providers to end-users.' (11). Volgens Parker, Van Alstyne en Choudary (2016) is een platform 'a new business model that uses technology to connect people, organizations and resources in an interactive ecosystem in which amazing amounts of value can be created and exchanged' (5).

3 Tarleton Gillespie (2010) theoretiseert en historiseert de technische, metaforische, politieke en fysieke betekenis van het woord platform. Hij legt uit dat het vaak een strategische term is die door hightechbedrijven wordt gebruikt in de zin van 'productiepodium', 'bemiddelaar' of 'kanaal' om een soort neutraal medium te suggereren dat slechts faciliteert. Toch lijken onlineplatformen veel meer op traditionele media(diensten) dan ze willen doen voorkomen.

4 De term platformisering wordt uitgebreid besproken door Helmond (2015).

& Rogers 2010; Bruns 2008; Leadbeater 2009).⁵ Vaak wordt in deze discussies gerefereerd aan begrippen als de participatiemaatschappij of de deeleconomie. In de participatiemaatschappij (ook wel doe-democratie genoemd) zouden burgers minder instituties en overheidsinstanties nodig hebben om zich maatschappelijk te manifesteren of zich op nieuwe manieren te organiseren. De term deeleconomie verwijst verder naar de veronderstelde *empowerment* van individuen als ondernemers of burgers die de uitwisseling van goederen en diensten willen optimaliseren. Dit kan leiden tot lagere transactiekosten (TNO 2015) alsook tot kansen voor groene groei (Van de Glind & van Sprang 2015), bijvoorbeeld doordat consumenten duurzamer omgaan met productie- en consumptiegoederen en hulpbronnen.

Tegelijkertijd is er recent ook aandacht voor de mogelijk negatieve gevolgen van platformisering. Vaak gaat het dan over de *privacy* en *veiligheid* (*cybersecurity*) van burgers en bedrijven – onderwerpen die beslist de aandacht verdienen die ze krijgen (Andrejevic 2013; Deibert et al. 2010; Fuchs et al. 2013). Ook zijn er zorgen over de mate waarin digitale platformen zich houden aan de bestaande wet- en regelgeving (TNO 2015).

Aan deze discussies willen wij een belangrijk nieuw thema toevoegen: de wijze waarop in een platformsamenleving *publieke belangen* kunnen worden vastgesteld en geborgd. Publieke belangen zijn zaken die van dermate groot belang voor de samenleving worden geacht dat de organisatie ervan collectieve zorg verdient (WRR 2000; 2012). Wat die publieke waarden zijn, ligt niet bij voorbaat vast, maar is de uitkomst van een voortdurend politiek proces. Uiteindelijk beslist een democratisch gekozen parlement welke zaken er collectieve aandacht verdienen. Zo stelt de overheid, als uitvloeisel van democratische beslissingen, in elke branche eisen aan veiligheid en toegankelijkheid van diensten, maar ook moeten die diensten voldoen aan bepaalde afgesproken eisen op het vlak van kwaliteit, betaalbaarheid, toegankelijkheid of duurzaamheid. Bij voorzieningen als het onderwijs gaat het bijvoorbeeld om kwaliteit en betaalbare toegang; in de vervoersbranche om het waarborgen van de luchtkwaliteit en de toegankelijkheid; in de woningsector kan het gaan om het beschermen van burgers en consumenten tegen discriminatie of uitbuiting.

In het algemeen gaat het steeds om enerzijds het vaststellen van normen op het gebied van onder meer de kwaliteit, toegankelijkheid, duurzaamheid, betaalbaarheid, solidariteit en keuzevrijheid van bepaalde diensten en voorzieningen, en anderzijds om de vraag hoe en door welke partijen

5 Zie bijvoorbeeld de economiebijlage van *NRC Handelsblad* van 2 januari 2016 over de lessen van Uber en Airbnb.

deze het beste behartigd kunnen worden (WRR 2000; 2012). Zowel publieke als private partijen delen verantwoordelijkheden bij het behartigen van publieke belangen, en hoewel je kunt twisten over de vraag hoe die verantwoordelijkheden moeten worden toebedeeld, ligt er een duidelijke eindverantwoordelijkheid bij de overheid (WRR 2000).

De ontwikkeling van de platformsamenleving leidt mogelijk tot een verschuiving in de verhoudingen tussen markt, consumenten, burgers en overheid, en daarmee ook in de manier waarop publieke belangen kunnen worden vastgesteld en behartigd. Platformen bieden enerzijds nieuwe manieren om normen op het gebied van kwaliteit vast te leggen, bijvoorbeeld door het gebruik van reputatiesystemen. Anderzijds zijn platformen ook sturend in de *inhoudelijke* invulling van publieke waarden: als marktmeesters kunnen zij de voorwaarden bepalen waaronder interactie van gebruikers tot stand komt, en daarmee geven ze richting aan de wijze waarop bijvoorbeeld buurtactiviteiten, onderwijs en journalistiek zijn georganiseerd. Daarmee zijn ze bepalend voor onder meer de manier waarop men met elkaar omgaat in de buurt, hoe het hoger onderwijs gestalte krijgt en hoe burgers worden geïnformeerd over maatschappelijke thema's (Lips, Van der Hof, Prins & Schudelaro 2005).

De Amerikaanse onderzoeker Tarleton Gillespie spreekt in dit verband wel van *governance of platforms* en *governance by platforms* (Gillespie 2017). Er is tot nog toe veel discussie over het eerste: de vraag of en hoe platformen door de overheid gereguleerd moeten worden (TNO 2015). Veel minder aandacht is er tot nu toe voor de *governance by platforms* – dat wil zeggen: de manier waarop platformen zelf een sturende kracht aan het worden zijn in de inrichting van de samenleving. Deze *governance by platforms* speelt op twee niveaus. Enerzijds stellen platformen via hun gebruiksvoorwaarden een aantal expliciete regels vast, bijvoorbeeld over het type content dat op socialemedianetwerken gepost mag worden. Anderzijds bepalen platformen ook impliciet een aantal normen waaraan gebruikers moeten voldoen. Dat heeft te maken met de inrichting van de platformen: welke keuzes zijn er gemaakt in het interfaceontwerp en hoe werken de algoritmes waarmee vraag en aanbod op elkaar worden afgestemd? In deze verkenning spreken we van platformmechanismen: *de manieren waarop de technologieën, verdienmodellen en gebruikerspraktijken van platformen in wisselwerking met elkaar richting geven aan het maatschappelijke en economische verkeer.*

Het zijn deze mechanismen die we in deze studie verder willen onderzoeken. Hoe zijn zij sturend in de manier waarop publieke belangen kunnen worden vastgesteld en behartigd? Door onder de motorkap te kijken, willen we met deze verkenning de huidige discussie over platformen op een

belangrijk punt verbreden. Tot nog toe is er weinig aandacht voor de precieze rol die platformen spelen in het tot stand brengen van verbindingen tussen burgers onderling of tussen burgers en bedrijven. Onlineplatformen worden in de meeste discussies slechts gezien als ‘bemiddelaars’ of ‘makelaars’ tussen aanbieders en afnemers die het sociale of handelsverkeer vooral ‘faciliteren.’⁶ Een van onze uitgangspunten is echter dat het ecosysteem van platformen niet slechts faciliterend is, en allesbehalve neutraal. Platformen zijn de weerslag van een specifieke visie op de inrichting van de samenleving, en daarmee stuurt de technologisch-economische en sociaal-culturele dynamiek van platformen de *governance* van diezelfde samenleving. Het gaat ons daarbij niet zozeer om de vraag welke specifieke publieke waarden platformen ondermijnen of juist verstevigen; het gaat ons erom de mechanismen bloot te leggen waarmee platformen publieke waarden vaststellen en behartigen, en de manier waarop die mechanismen ook sturend kunnen zijn in de invulling van die publieke waarden, vaak zonder dat daar een democratisch debat of besluit aan ten grondslag ligt.

Wat betekent het als hele sectoren steeds meer vervlochten raken met een online-ecosysteem dat gekenmerkt wordt door een geheel eigen dynamiek die zich niets aantrekt van landsgrenzen? Maakt het iets uit of een start-up uit Silicon Valley gaat bemiddelen in buurtactiviteiten of dat dit door een coöperatie van bewoners wordt gedaan? Hoe kunnen we wijs worden uit de vele apps die elke sector overspoelen en hoe weten we wat ze precies doen voor de buurt of het onderwijs? En maakt het op de lange termijn iets uit of we de ene buurtapp of de andere kiezen? Platformen positioneren en manifesteren zichzelf vaak als hoeders van publieke belangen: ze zouden zorgen voor meer cohesie in de buurt (Nextdoor), beter onderwijs voor iedereen (Coursera) of een efficiëntere taximarkt (Uber). Publieke belangen die tot nu toe georganiseerd werden door overheidsinstellingen of beschermd door lokale en nationale regels en wetgeving, krijgen door de globaal opererende platformen een andere invulling. Onze hoofdvraag luidt dan ook:

Welke rol spelen onlineplatformen in de manier waarop publieke belangen in de samenleving worden bepaald en geborgd? Welke mechanismen liggen aan die dynamiek ten grondslag en in hoeverre zijn deze sturend in de inhoudelijke invulling en verdere ontwikkeling van publieke waarden?

6 Bijvoorbeeld, in het rapport *Innoveren in de deeleconomie* van het ministerie van Economische Zaken (Van de Glind & Van Sprang 2015) staat: ‘Nieuw is dat consumenten op steeds grotere schaal onderling producten en diensten verhandelen, gefaciliteerd door internetplatformen.’ (17).

De eerste vraag zullen we in het eerste hoofdstuk behandelen, enerzijds door een kort overzicht te geven van de opkomst van onlineplatformen en anderzijds door stil te staan bij de manier waarop publieke waarden in de platformsamenleving worden bepaald, behartigd en gewaarborgd. In het tweede hoofdstuk staan we uitgebreid stil bij de tweede vraag: het hoe en waarom van platformmechanismen. Daarbij onderscheiden we drie mechanismen – dataficatie, commodificatie en selectie – die in onderlinge samenhang tot een specifieke dynamiek leiden in de manier waarop deze platformen functioneren en mensen, diensten, goederen en informatiestromen aan elkaar koppelen. In hoofdstuk 3, 4 en 5 kijken we vervolgens naar de rol van platformen in relatie tot de behartiging van publieke belangen in drie domeinen: vervoer, journalistiek en het hoger onderwijs. In het afsluitende hoofdstuk zullen we de verkregen inzichten vertalen naar een aantal aanbevelingen voor beleid in relatie tot platformen. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat in het proces van *governance by platforms* publieke belangen blijven gewaarborgd? We komen dan ook terug op de *governance of platforms* – de verantwoordelijkheid van overheden voor het reguleren van platformen.

Daarbij is het van belang nog een paar opmerkingen te plaatsen. In de eerste plaats is het niet gezegd dat de platformen die wij in deze verkenning onder de loep nemen, de samenleving al 'beheersen' of dat in de zeer nabije toekomst zullen doen. In dit boek willen we de ontwikkeling van wat we de platformsamenleving noemen, analytisch verkennen, zonder de betekenis ervan te overschatten, maar ook niet te onderschatten. Platformen veroorzaken volgens ons geen revolutie; alle beloften over disruptie ten spijt is er nog lang geen bewijs dat platformen hele sectoren, laat staan de samenleving radicaal zullen veranderen. Wel is er een overvloed aan *weak signals* die voortdurend opduiken in discussies en beleidsstukken.⁷ *Weak signals* zijn voorbeelden van veranderende praktijken die een voorbode kunnen zijn van grotere veranderingen (Hiltunen 2008). Als zodanig kunnen ze worden gebruikt niet zozeer om de toekomst te voorspellen, maar om de gevolgen van maatschappelijke of economische veranderingen te doordenken.

Hier willen we dan ook niet zozeer de revolutie aankondigen, maar aan de hand van enkele *case-studies* mogelijke implicaties en veranderingen

7 Het begrip *weak signals* werd geïntroduceerd door Aguilar (1967) en Ansoff (1975): het aantal journalistieke en beleidsstukken dat de opkomst van de platformsamenleving signaleert, is groot, zonder dat er veel empirisch materiaal over de deeleconomie voorhanden is; er zijn vooral veel trendrapporten en toekomstvoorspellingen.

belichten. We laten zien welke impact de ontwikkeling en het gebruik van platformen (kunnen) hebben op de ‘textuur’ van de samenleving: instituties, gewoontes, normen en waarden, wetten en regels veranderen als gevolg van platformgebruik. Ook hebben platformen invloed op de fysieke wereld van goederen, diensten, buurten en steden. Kortom, we stellen ter discussie hoe platformen en hun mechanismen werken en wat dat betekent voor de behartiging van publieke belangen.⁸

Tot slot moet deze verkenning ook niet opgevat worden als een exercitie voor of tegen platformisering an sich. Het is duidelijk dat de ontwikkeling van platformen veel maatschappelijke en economische voordelen op kan leveren en kan leiden tot innovatie op verschillende terreinen. Wat naar ons idee nog ontbreekt in dit debat, is een kritische reflectie op de manier waarop in de platformisering van de samenleving publieke waarden voldoende gewaarborgd kunnen worden.

8 Kreijveld (2014) heeft in een studie voor het Rathenau Instituut gekeken naar de maatschappelijke en economische betekenis van deze digitalisering voor innovatieprocessen. Hij bestudeert platformen als een complexe dynamiek waarin technologische, sociale en economische factoren een rol spelen.