

Commercieel SingularityU NL schurkt ongegeneerd aan tegen academische wereld



In februari 2016 vond de oprichting plaats van SingularityU NL in Eindhoven, als de Nederlandse tak van de Amerikaanse Singularity University. Eerder maakte ik al duidelijk dat de opgerichte organisatie in de verste verte geen universiteit is, maar gewoon een bedrijf met een CEO, Rob Nail. Het NRC-Handelsblad omschreef het als een instituut dat het midden houdt tussen kennisinstelling, adviesbedrijf, evenementorganisator en investeringsmaatschappij. Gebruik maakt men van woorden als university, faculty, alumni om het bedrijf een academisch sausje te geven. Op de website www.E52.nl schurkt Maarten Steinbuch, bijzonder hoogleraar aan de Technische Universiteit Eindhoven en zeer actief binnen SingularityU in een artikel genaamd "Towards a humanised digital society" wel heel erg aan tegen de academische wereld. Refererend aan de opening van het academische jaar in begin september brengt hij een recent rapport van de Vereniging van Samenwerkende Nederlandse Universiteiten(VSNU) ter sprake dat als titel had: "De digitale samenleving" en als subtitel: " Nederland en zijn universiteiten: internationale pioniers in mensgerichte informatietechnologie". Steinbuch gaat dan in een vloeiende beweging verder door te stellen dat de boodschap van dit rapport volledig in lijn is met de denkwereld van de Singularity University. Dat de grote sociale vraagstukken echt

opgelost kunnen worden door de massale en snelle ontwikkeling van de technologie. Op die manier wekt Steinbuch mede de indruk dat deze organisatie ook zelf een vorm van officieel hoger onderwijs is.

Universiteit?

Hoewel de Nederlandse vestiging van Singularity University(SU) uit de Verenigde Staten steevast "SingularityU The Netherlands" genoemd wordt, is uit allerlei uitingen van activiteiten toch wel degelijk duidelijk dat de "U" in de naam voor University staat. Cursorisch onderwijs aan ingeschreven studenten vindt niet plaats. Wel organiseert men congressen, vaak "summits" genaamd tegen een zeer royale tarief met als onderwerp vooral de mogelijkheden van de voortschrijdende techniek.

SingularityU The Netherlands is niet geregistreerd als instelling van hoger onderwijs bij de [Nederlands Vlaamse Accreditatie Organisatie\(NVAO\)](#) die alle universitaire opleidingen accrediteert. Ook is SingularityU niet te vinden in [de CROHO-database](#). Dat is het Centraal Register Opleidingen Hoger Onderwijs.

De vraag is ook of SingularityU haar naam in de toekomst mag blijven gebruiken als het [wetsontwerp 34412 van minister Bussemaker](#) dat nu voorligt in de Tweede Kamer het hele parlementaire traject gepasseerd heeft. Met deze wet (kortweg genaamd: wet bescherming namen en graden hoger onderwijs) wil de minister er voor zorg dragen dat het onderwijslandschap niet vervuild raakt met organisaties die zich universiteit of hogeschool noemen(ook vertalingen van die begrippen). Ook titels als professor, lector etc zou men zo bescherming willen bieden. Het argument daarbij van de bewindsvrouw is dat bij studenten en de bevolking geen valse verwachtingen gewekt mogen worden over het soort onderwijs dat men geniet.

Gewoon marketing

Wat is de reden om een organisatie zonder enige academische opzet toch te afficheren als iets academisch? De meest voor de hand liggende reden is een commerciële. Het is gewoon een vorm van marketing. Zoals zo vaak bij reclame wordt een bepaalde suggestie gewekt die bezijden de werkelijkheid is. [Omdat SingularityU The Netherlands Faculty net als de moeder-organisatie een profit-organisatie is](#) zal men omzet moeten draaien en winst maken. Daarbij is marketing noodzakelijk om een goede marktpositie te krijgen en te behouden. Dat er bij SU grote financiële belangen spelen is te zien aan het aantal en het soort (grote) bedrijven die een partnership met SU zijn aangegaan, zoals Google, Cisco, Genentech etc.. Ook in Nederland is te zien dat grote bedrijven als Philips, KPN, Deloitte aanhaken. Grote bedrijven zijn geïnteresseerd in SU omdat het als een betaald platform fungeert voor technologische startups. Deze kunnen soms veelbelovende vindingen voor het voetlicht brengen. Het is een manier voor grote, vaak wereldwijd opererende bedrijven om vroegtijdig nieuwe ontwikkelingen, die niet binnen de eigen organisatie tot ontwikkeling kwamen op de radar te krijgen. Het is gewoon een zakelijk belang om op een geconcentreerde manier nieuwe ontwikkelingen makkelijk gepresenteerd te krijgen en eventueel de start-up over te nemen.

Telegraaf Media groep

[Deze organisatie neemt een bijzondere plaats in als “founding partner” en “media partner”](#) de Nederlandse tak van de Singularity University. Als ondersteuner levert De Financiële Telegraaf ruimte op haar website waar ze onder de rubriek Specials zestien artikelen over de activiteiten van SingularityU plaatst. [Klik je op één van die artikelen dan wordt met kleine letters boven de tekst zichtbaar dat het om een commercial gaat.](#) (Home » DFT » Specials » Commerciële Bijlage | Singularity University). Geen kritische eigen tekst, maar doodgewoon een advertorial voor SingularityU die betaald is door de Telegraaf Media Groep zelf. TMG betaalt hierbij dus

gewoon voor de content op de eigen website.

W.J. Jongejan