

Voor $M, N \in N$

‘Hack digitale vanzelfsprekendheden’

Marianne van den Boomen ¹

Inhoudsopgave

INLEIDING: EEN BOEKENKAST VOL DATA 11

DEEL I: WAT STAAT ER OP HET SPEL? 17

1.1 De te slimme stad 19

1.2 De onbezorgde datatoekomst van de
flitsbezorgdienst 26

1.3 Hoe de datasamenleving je voorstellingsvermogen
voorbijgaat 33

1.4 Waarom we anders moeten kijken 45

1.5 Oom Coos versus Mark Zuckerberg: hoe we anders
kunnen kijken naar data en algoritmes 54

1.5 Voorbij de default: wat ik van een straaljager heb
geleerd 65

DEEL II: WELKOM IN HET SPIEGELPALEIS 69

De verkenners 71

Spiegel I: Alles lijkt op wat we kennen 73

Spiegel II: Waarom we meer mogen praten over
algoritmes 83

Spiegel III: Wie wat bewaart, heeft wat? 94

Spiegel IV: Wat gemakkelijk gaat moet wel goed zijn 103

Spiegel V: 835 bedrijven akkoord geven in slow motion.
Over hoe je anders over privacy kunt denken 113

Spiegel VI: Wie speelt met wie? Over gokken in de datajungle	123
Spiegel VII: Je ruikt het niet. Over de geur van data.	138
Spiegel VIII: Een ding is ook altijd een datading	147
Spiegel IX: Data die nog niet bestaan	155
Ik wil niet nadenken	159

DEEL III: BOUWEN AAN EEN WERELD ZONDER DATA 163

3.1 Samen bouwen aan een nieuwe wereld	165
3.2 Hoe een crisis-hulplijn een klantenservice-startup werd	170
3.3 Hoe Emotional-AI data laat verdwijnen	174
3.4 De artificiële magie van AI	183
3.5 Tijd om wel verschillig te worden	189

DEEL IV: DE TOEKOMSTMAKERS VAN EEN ANDERE DATASAMENLEVING 191

Toekomstmaker 1: Zorgen voor data – Malte Ziewitz	196
Toekomstmaker 2: Nieuwsgierig naar je biometrische selfie – Martine Stig	204
Toekomstmaker 3: Wie maken de data? – Caroline Williams	211
Toekomstmaker 4: Studenten en studiedata – Mark Trimpe	219

EPILOOG: VIJF IDEEËN VOOR EEN NIEUWE VORM VAN DATAGELETTERDHEID 227

Dankwoord	245
Overzicht van kunstenaars en ontwerpers	249
Bronnen	253

INLEIDING:

EEN BOEKENKAST VOL DATA

Parijs, woensdagavond 18 december 2013. Om 21.24 uur stuurt Judith Duportail een bericht naar haar allereerste match op Tinder. In de jaren die volgen zal ze de dating-app 920 keer gebruiken en heeft ze 870 *matches*. Het grootste deel van die matches is Duportail vergeten. Maar Tinder niet. In maart 2017 doet de journalist een verzoek aan Tinder om haar persoonlijke data in te zien. Ze ontvangt een document met meer dan 800 pagina's aan persoonlijke gegevens: haar opleiding, de leeftijd van de mannen met wie ze een match wil. En van elk online gesprek dat ze had met de matches is de locatie en het moment vastgelegd. *I asked Tinder for my data. It sent me 800 pages of my deepest, darkest secrets*², is de titel van het artikel dat Duportail voor de Britse krant *The Guardian* schreef.

Voor haar artikel interviewde Duportail de Canadese mediawetenschapper Luke Stark. 'Je wordt verleid om al je informatie weg te geven,' zegt hij tegen Duportail. En dan vertelt hij iets wat mij altijd is bijgebleven: 'Apps als Tinder profiteren van een eenvoudig emotioneel verschijnsel: *we kunnen data niet voelen*. Daarom raakt het je nu je alles uitgeprint ziet. We zijn fysieke wezens die materialiteit nodig hebben.'

Wat als we – net als Duportail – onze data zouden opvra-

gen? Ik stel me voor dat we in de afgelopen tien tot vijftien jaar al een behoorlijke boekenkast vol met boeken van achthonderd pagina's zouden hebben. Een boek over Facebook. Een DigiD-boek. Een heel dik boek over Google. Een smartwatch boek. Een nieuw maar steeds dikker wordend boek over TikTok. En elk boek vertelt iets over ons leven. En elke minuut – zonder dat we er veel aan hoeven te doen – wordt elk boek weer iets omvangrijker.

'We can't feel data,' we kunnen data niet voelen. Die zin raakte me. En het werd de reden om dit boek te schrijven.

Samenleven met data

Er lijkt zonder dat we het echt door hebben gehad iets te zijn veranderd in onze samenleving. Er was geen grote aankondiging. Het stond niet in de krant. Maar stap voor stap is er iets veranderd: vrijwel alles wat we doen heeft nu iets met data te maken. Of we het willen of niet. Of we ons ervan bewust zijn of niet. De apps op je telefoon: data. De leenfiets waarmee je door de stad rijdt: data. Het formulier dat je voor de belastingdienst invult: data. De ov-chipkaart waarmee je naar je werk reist: data. De AI-chatbot die teksten voor je genereert: data. Wetenschappers noemen de steeds groter wordende rol van data, algoritmes en AI in ons leven ook wel *dataficatie*.

Bij het woord *dataficatie* denk ik vaak aan *street art*-kunstenaar Jan Vormann. Met een zak vol LEGO-steentjes loopt hij door Kopenhagen, Madrid, Linz en Aberdeen. Elk gat, elke scheur, elk afgebroken deel van een gebouw of een muur vult hij met vrolijk gekleurde rijen LEGO-blokjes.³ Zo lijkt het alsof de wereld zelf eigenlijk – onder de

oppervlakte en vaak uit het zicht – uit LEGO bestaat. Dat gevoel heb ik ook met data. Steeds meer onderdelen van onze samenleving en wij dus ook, veranderen door data.

Misschien herken je het, maar ik heb bij de steeds grotere rol van data, algoritmes en AI in onze levens vaak een dubbel gevoel. De apps op je telefoon, de smartwatch om je pols, de datagedreven-leenscooter: ze bieden zoveel kansen, mogelijkheden en nieuwe ervaringen. Ze maken ons leven makkelijker. Geven ons nieuwe ervaringen. Ik ben er blij mee, en jij vast ook. Maar aan de andere kant heb ik het gevoel de grip soms kwijt te raken.

Hoe er met data wordt omgegaan is vaak onzichtbaar en overtreft ook ons voorstellingsvermogen. Onderzoekers van de Radboud Universiteit, de Universiteit van Lausanne en de KU Leuven ontdekten bijvoorbeeld dat op duizenden websites adverteerders en *tracking*-bedrijven ‘meekijken’ met het moment dat jij je e-mailadres of andere gegevens intypt, dus vóórdat jij op ‘verzenden’ hebt gedrukt.⁴ Je e-mailadres en andere gegevens worden doorgestuurd naar zogenaamde *tracking-netwerken*. Dit zijn bedrijven die internetgebruikers over het hele internet volgen en gepersonaliseerde advertenties aanbieden.

Als er iets misgaat, dan heeft dit grote impact op de concrete dagelijkse levens van de mensen om ons heen en van onszelf. Denk aan hoe algoritmes ingezet zijn bij wat later de toeslagenaffaire is gaan heten. Wat gebeurt er als je mensen op basis van hun achternaam, postcode kunt uitsluiten of op een risico-lijst kan zetten?

De impact van data is groter dan het bijhouden van je persoonlijke fietsrecords in een app, of het aantal matches die je gehad hebt op Tinder. Het raakt ons allemaal. Het lijkt alsof de LEGO-blokjes van Jan Voormann op steeds

meer plekken in de stad te zien zijn. En dat is de paradox: hoe meer data, algoritmes en AI onderdeel worden van ons leven en van de mensen om ons heen, hoe meer het naar de achtergrond verdwijnt. Onzichtbaar en vaak vanzelfsprekend; het valt ons niet meer op.

Data zijn te belangrijk om alleen aan technische experts zoals *data-scientists* of juridische experts over te laten. Zij hebben niet alleen het recht om over data te praten. Wij hebben dat allemaal. Het is ook helemaal niet zo gek om op een niet-technische manier over data te praten. We doen dit vaak al onbewust, door metaforen. Die helpen ons iets nieuws en onbekends uit te drukken in woorden en beelden die we al kennen. Zo werd in de jaren negentig het internet soms ‘de digitale snelweg’ genoemd. En op onze computers staan nog steeds een bureaublad en een prullenbak.

Onderzoek van de Britse non-profit *Defend Digital Me* laat zien dat in beleidsdocumenten over data vaak drie soorten metaforen worden gebruikt.⁵ Zo wordt data vaak beschreven als een vloeistof. Dit roept beelden op van beweging (‘data flows’) maar je kent het vast ook van de term ‘data-lek’. Veel techbedrijven spreken graag over data als grondstof of brandstof: het lijkt onbeperkt voorradig, al moet je de ‘ruwe data’ ook nog wel bewerken om er echt iets aan te hebben. Maar data raken ons ook persoonlijk: vaak wordt over data gesproken alsof het een deel is van ons lichaam. Het moet worden beschermd (‘data-protection’), maar het is ook iets dat wij achterlaten: onze data-voetafdruk bijvoorbeeld.

In dit boek ga ik je anders laten kijken naar data en algoritmes. Met als doel meer dataverbeeldingskracht: je ontdekt hoe jouw leven en dat van de mensen om jou heen samen-

hangt met data. Door dataverbeeldingskracht kunnen we minder afhankelijk worden van de verhalen van grote techbedrijven en een stap zetten naar een andere, betere datasamenleving.

Wie reizen mee?

‘We can’t feel data.’ In de afgelopen jaren ben ik mij steeds meer af gaan vragen of dat wel klopt. We kunnen niet al onze data uitprinten, dat is waar. Maar er zijn ook andere manieren om data, algoritmes en AI tastbaar te maken. Hierdoor kun je gaan zien en ervaren wat data betekenen. Voor jou leven en dat van anderen die met jou samenleven.

Voor dit boek heb ik gesproken met mensen die gefascineerd zijn door data. Het zijn ontwerpers, kunstenaars, makers, mediawetenschappers. Het zijn allemaal mensen die de afgelopen jaren met dezelfde vragen bezig zijn geweest als jij en ik. Ze namen geen genoegen met het verhaal dat data nu eenmaal abstract zijn. Dat ze lastig te begrijpen zouden zijn. Vooral iets voor *data-scientists*: specialisten die na heel veel jaren van studie en werk *echt* weten hoe data, algoritmes en Artificiële Intelligentie (AI) werken.

Het zijn mensen die gefascineerd door data aan de slag gingen: welke verhalen vertellen we onszelf en elkaar om toch grip te krijgen op wat we niet helemaal begrijpen van algoritmes? Wat gebeurt er met mijn gegevens als ik een cookie-melding zie en op ‘alles accepteren’ klik? Wat als data niet vastgelegd worden, maar juist vluchtig zijn en na een korte tijd weer verdwijnen? Wat als data een geur zou hebben? Deze mensen – ik noem ze verkenners – geven beelden aan wat vaak onzichtbaar blijft en woorden voor