



Dr. Vincent Hoek
Enterprise Architect (EA), I-Interimrijk.nl,
onderdeel van de Uitvoeringsorganisatie
Bedrijfsvoering Rijk

NOG NET NIET WAAR GEBEURD...

HET META-MARGINALE SPIEGELPALEIS

Buiten floten de vogeltjes in het frisse lentegroen van de machtige oude bomen langs de kloostertuin. Monniken neurieden in de eerste warme zonnestralen. Een nieuwe lente. Vertrouwd geluid. De kloosterklokken galmden hun klanken in de nog koude lucht van het Engelse platteland. binnen, in de waterkoude duisternis van zijn kloostercel, testte een Vlaamse monnik zijn vers geslepen ganzenveer met wat hij echt belangrijk vond... niet het vertalen van oud-Engelse en Latijnse teksten, maar zijn onderbuik. "Hebban olla vogala nestas hagunnan hinase hic anda thu, wat unbidan we nu?"

Hij legde zijn tablet neer en staarde door beregende treinenramen naar het voorbijschietende landschap. 'Hebben alle vogels nesten begonnen, behalve ik en jij...' zijn leeftijdgenoot schreef een boek dat niemand meer leest, maar verwierf eeuwigheidswaarde door zijn mijmeringen in de marge. Ik denk, dus ik besta. Ik schrijf, dus ik heb bestaan. Ik typ, dus ik besta. In de vorm die ik wil? Nee, die tijd is voorbij.

Elke westerling in de 21ste eeuw is in de greep van algoritmen. Hoe bewaken wij de balans tussen dataficatie en postdemografische personalisatie en profilering, in segmenten, die modellen van de werkelijkheid blijven, dus gevoelig voor manipulatie?

Ongemerkt is zijn hele leven compleet gedataficeerd. Omgezet in 'digitally computable parts'.

Die monnik moest inkt eenmalig op onwillig perkament krassen, maar wij, of wij nou mobiel bellen en gamen, sociale apps inzetten of dingen opzoeken... alles is digitaal relateerbaar. Wat niet wil zeggen dat wij alles nog snappen wat er om ons heen gebeurt en zoals mannen als Snowden en Assange ons regelmatig onder de neus wrijven: da's nie-handig, gezien alle mogelijkheden voor data productie, verzameling, handel en analyse.

Vraag maar aan China waar men de complete bevolking categoriseert. Verkiezingen worden via social botnets en fake news gemanipuleerd. Politieke partijen hebben meer bot-volgers dan leden en macht correleert rond psychometrie mining. Wie schrijft die algoritmes? Hoe vertalen vooroordelen zich in criteria?

De jongen keek naar al die forenzen met hun schermplje. Voer voor dataficatie, metrificatie en media analyse tools, waarmee persoonsgegevens en profileringscriteria worden opgebouwd uit de gebruiksgeschiedenis van allerlei devices, sociale media platforms en andere genetwerkte activiteiten. Wie dit snapt is als een sjamaan in de oudheid. Hij kan met bezwerende formules het wereldbeeld van mensen beïnvloeden. Mensen zijn sociale dieren, maar wij definiëren onze vrijheid steeds lossers van de groep. Individueel op ons scherm zijn wij echter niet anoniem. Zoals de spreeuw in de zwerm niet weet waar hij moet vliegen om die mooie wolk te maken, ongemerkt meedoet aan het maken van patronen. Hoe meer jij over jezelf vertelt op



en communiceert via digitale (sociale) media, hoe meer je verstrikt raakt in het web van digitale sporen en verwarring. Jouw vakantiefoto vertelt de boef dat je niet thuis bent. Je privé kiekje biedt je vijanden de grondstof om je beeltenis in ongewenste situaties te ‘plakken’ en opnieuw te verspreiden. Van symbool van vrijheid, verwerd het internet tot symbool van controle. Onze nieuwe vrijheidsstrijd is niet tegen de Koning van Spanië en zijn Kerk die ons wereldbeeld formuleren, maar tegen de algoritmes die onze data interpreteren, hun toegang en transparantie.

Wat nodig is, is helderheid omtrent targeting, profilering, (inter)activiteitsmeting en zichtbaarheid, die samen de relaties helpen verduidelijken tussen persoonsgegevens en publieke data combinaties. Als Einstein en Tesla van Google afhankelijk waren geweest, hadden hun outlier ideeën ons leven nooit kunnen verrijken. De 21ste eeuw draait om context en om de controle over algoritmen.

De abt dacht dat onze Vlaamse monnik braaf zat te schrijven, terwijl hij zich verloor in testosteron. Wie is online nu precies wie hij ‘in het echt’ is? Online een woeste game krijger met six-pack. In *meatspace* een lobbige tobber met overgewicht. Wie ben ik? 140 karakters is niet veel. Je zult al snel gebruik moeten maken van humor, overdrijving, kort-door-de-bocht-formulering en algemeenheden om je gevoelige punt, of je gevoel over te brengen.

Jouw digitale ‘zelf’ kan wel eens een totaal andere figuur zijn, dan jouw selfie-zelf. De werkelijkheidsvervorming die hiermee optreedt, wordt nog overdreven door het toevoegen van (hash)tags en locatie gegevens, die weer leiden tot clustering binnen sociale media platforms. Zo komt steeds minder ruimte voor de rauwe waarheid.

Stukjes ‘jij’ worden steeds meer onderdeel van een kluwen van functies en artefacten. Een proces van steeds nauwkeuriger metrificatie ontstaat. Waarbij elke ‘like’ ongemerkt bijdraagt aan het aanmaken van een psychome-

trisch en sociografisch beeld van de gebruiker. Hoe voelt iemand zich op dat moment (op welke locatie, tijd van de dag, nabijheid van vrienden, bij welke activiteit, temperatuur, weertype en met welke muziek op de achtergrond)?

Jouw ‘*whim of the moment*’ leidt tot een uiterst verfijnd beeld van positieve en negatieve reacties op specifieke content, in relatie met eerder afgegeven aanwijzingen en indicaties voor jouw status van opwinding, instemming, begrip, gevoel voor ironie en parodie. En dan meten we nog maar ‘likes’.

Nu weten ‘zij’ ook welke content, hoe, waar en wanneer moet worden aangeboden om bepaalde vooraf gewenste reacties op te roepen.

Djeez, die film *The Matrix* is veel dichterbij dan hij dacht! Als het mogelijk is om psychometrische relaties te leggen op basis van je interesses, handelingen en andere postdemografische factoren, die samen correlaties oproepen hoe jouw aandacht kan worden getrokken, kan je associatieve gevoel en mening over hele sociale concepten worden beïnvloed. Sociale media zijn niet langer jouw po-

dium, als jouw geschiedenis en die van jouw omgeving jouw volgende acties blijvend beïnvloeden. Kun jij je intentie nog (on)bewust verborgen houden? Dat jij ergens over nadenkt, wil niet zeggen dat je het ook wilt doen.

Dat je iets zegt of schrijft in de onbewust onveilige omgeving van je eigen huis, wil niet zeggen dat je dat ook meent, als je er in een sollicitatiegesprek mee geconfronteerd wordt. Digitale activiteiten zijn dus stukjes ‘kennis-content’.

‘Ik denk dus ik ben’ werd ‘ik genereer data, die een vorm van logica representeert, die dus gemeten kan worden, waaraan kan worden afgeleid wat ik gedaan heb om die data te kunnen genereren.’

Data genereren levert de grondstof voor metingen, voor ontologie-ontwikkeling (kennisbeschrijving), voor logica en voor zelf gestelde of van buitenaf opgelegde handelingsbeperkingen.

Generieke inzichten die nog kunnen nuanceren, verliezen het van tijdelijke hypes, waarin smaken en interesses plotseling irrationeel gefocust kunnen zijn op iets dat helemaal niet waar hoeft

Metrics Type (Analytics Target)		Measurable Content & Activity by Platform (Indicative Metrics)				
		Pinterest	Instagram	Tumblr	Facebook	Twitter
PRACTICES	Profile: Personal identifiers, interests & social connections (Demographics & post-demographics)	Name Username Profile image About Boards Interests Relationships (follows, followers) Websites Location (country, city) Language Gender	Name Username Profile image Images About Relationships (follows, followers) Places, locations (Photo Map)	User name Blog name Profile image or symbol About Relationships (follows and followers) Archive of posts Additional blogs and user names	Name Profile image Timeline About Relationships (Friends) Groups Page likes (interests) Photo albums Places, locations Interests (likes) Education, Job Birthday, age Gender Relationship status	Name Username Profile image About Relationships (follows, followers) Location Photos Lists
	Activity: Posts, clicks, content, media (Behavior)	Pin (original page link) Pin descriptions Repins Boards Hashtags	Photo, video, emoji Captions Filters Keywords Hashtags	Photo, video, GIFs, text, audio, links, quotes Captions Re-blog Tags	Text (status), photos, video, audio, links, emoji Places Mentions & user tags Page Likes Unlikes & Hide Posts Hashtags	Text (tweet), photo, video, audio, links, emoji Quoted tweets Retweets Replies Mentions Hashtags
PUBLICS	Interactivity: Engagement, conversation, (Connectivity)	Likes Comments Repins Hashtags Clicks (on from pins Send (message)	Likes Comments Mentions Shares Tags (within images) Direct Message	Likes Comments Hashtags Mentions Re-blogs Direct message	Likes (+ Reactions) Comments Replies Mentions Hashtags Shares Tags (other users) Clicks (on content links) Direct message (Messenger)	Likes Replies Mentions Hashtags Retweets Quotes Direct message Clicks (on content links)
	Visibility: Impressions & reach (Influence)	Displays on followers' feed Active viewers of pins & boards Search rankings	Displays on followers' feed + potential hashtag impressions Hashtag or user mentions Image tags	Curated displays on followers' feed Re-blogs & share networks	Curated displays on news feeds; Reach (number of unique people who have seen content; organic or paid) Clicks, likes comments & shares	Displays: sum of natural, & retweet impressions + replies Hashtags Mentions

te zijn. Met sociale botnets, timing en een helder eigen doel, is het eenvoudig geworden om de meute, om hun eigen individuele redenen, achter een waanbeeld te laten rennen. Kwestie van 80% waarheid uit de tweet, post, update, statement, conversatie, foto en video historie, combineren met 20% onzin en een significante hoeveelheid botnet traffic. Het verschil tussen wat je kunt meten en hoe je zaken wilt meten (ana-

platforms en activiteiten. Het gaat om het combineren van gewenste gebeurtenissen met gelogde ontwikkelingen, transities en tijdlijnen, door gebruik te maken van time stamps in digitale processen. Hier ligt een hele nieuwe taak te wachten voor bibliotheken, de open data beweging en eScience.

Omwille van het vermogen van het individu om data te kunnen ontsluiten,

Hij keek op zijn 9292 app: mensen hoeven de fysieke wereld niet meer te ondergaan, maar kunnen er nu mee in onderhandeling. Als je weet hoe lang een regenbui duurt, kun je besluiten te wachten. Je kunt kiezen of je op de hoogte gehouden wilt worden van snelheidscamera's, de nabijheid van vrienden, bezienswaardigheden en de lokaal goedkoopste benzinepomp. Daar staat tegenover dat Google Trips jou precies



“De data die je gebruikt, beïnvloeden je inzicht...”

lyse methoden) ligt in de invalshoek. *The Medium is the Message!* De data die je gebruikt, beïnvloeden je inzicht. Het is daarom cruciaal om data sets in relatie tot andere waarden te blijven beschouwen.

Het antigif van fake news bestaat uit transparante, versleutelde en gehashte procedures, tijdelijke noodzakelijke componenten binnen sociale media

kritisch te bevragen op consistentie en kwaliteit, beheren, gebruiken en ethisch kunnen inzetten. Hiervoor moeten mensen data kunnen begrijpen, vinden en/of (onveranderd) kunnen verkrijgen, lezen, interpreteren en gebruiken.

De jongen in de trein realiseerde zich dat hij meer moest weten omtrent identiteit en (inter)activiteit: de belangrijkste indicaties van wie hij is en wie anderen vinden of denken dat hij is.

kan laten zien hoeveel stappen je deze maand gelopen hebt, hoe lang je in die ene winkel bent geweest (en hoe vaak) en dat je weer eens te veel kilometers auto hebt gereden.

Sociale media zijn niet langer alleen marketing tools en selfie-zeepkisten. Voor je het weet is het boek van jouw leven bekender, door wat jij in de marges schreef en hoe onbekenden dat interpreterden. 