

Onder de kerstboom met good data

Martin Heijnsbroek
zaterdag 17 december 2016

Als columnist, spreker, docent en partner bij Mlcompany ben ik er soms ook schuldig aan. Het is tenslotte makkelijk scoren als je spreekt over de gevaren en risico's rondom Big Data. Het merendeel van de managers in het bedrijfsleven heeft tenslotte nog nooit een database of algoritme gezien. En hoe minder je de ontwikkelingen begrijpt, hoe groter de zorgen die je hebt.

Wij - ik spreek even namens de Big Data-industrie - hebben het onszelf dan ook wel erg moeilijk gemaakt. Wie verzint nu de term 'Big Data', met een overduidelijke connotatie naar Big Brother en het verlies van privacy? 'If you want to keep a secret, you must also hide it from yourself', zo beschreef George Orwell de uitdaging om je privacy te bewaren. Waar denk jij trouwens aan als je leest over 'kunstmatige intelligentie'? Ik krijg niet echt een lekker kerstgevoel als ik lees dat intelligentie in de toekomstig *kunstmatig* zal zijn.


Maar begrijp mij niet verkeerd: die angsten, die zijn natuurlijk niet alleen een 'branding'-probleem. Er blijven belangrijke vragen onbeantwoord. Willen we echt een overheid die al onze digitale communicatie kan meelesen? En wanneer wordt personalisatie van advertenties eigenlijk discriminatie, als sommige producten met korting alleen voor sommige doelgroepen te vinden zijn? En vinden wij het oké dat je op Facebook een advertentie met specifieke korting kan 'targeten' via de variabele 'etnische affiniteit'? en ga zo maar door.

Maar hoe spannend en interessant ik die vragen en dilemma's ook vind, we lopen zo wel het risico dat we de 'big picture' van Big Data uit het oog verliezen. Met elke nieuwe innovatie ontstaan er nieuwe dilemma's, waar de maatschappij zich op moet inrichten. Dat zagen wij bij de opkomst van de televisie en het internet. Ook bij Big Data zal het nog wel even duren voordat we ons als maatschappij hier op hebben ingesteld.

Voor mij is de echte 'big picture' namelijk dat Big Data een kans biedt om de maatschappij enorm veel beter te maken. Als je ongeneeslijke ziekten of het tekort aan artsen in Afrika wil oplossen, dan heb je betere data en geautomatiseerde operaties nodig. En als je de energieconsumptie wil reduceren, dan ligt er een kans met 'smart metering'. En als je Nederland wil laten groeien, dan moet je op zorgvuldig gekozen Big Data-domeinen juist een voorsprong pakken, en je niet te veel laten afleiden.

Deze week las ik de initiatiefnota van de PvdA: 'Financiële sector, Privacy en Big Data'. Het stond vol 'risico's en dingen die we niet zouden moeten willen'. Maar ik miste de sturing op hoe de Financiële Sector juist meer en betere data zou moeten inzetten om haar klanten beter te helpen.

Ik stel dus voor dat we in 2017 wat meer spreken over hoe data en algoritmes de maatschappij beter gaan maken. Misschien moeten we de termen Big Data, algoritmes en kunstmatige intelligentie ook eens 'rebranden'? Zodat het gemakkelijker wordt om onze zorgen even weg te zetten, en rustig bij de kerstboom weg kunnen dromen over die nieuwe wereld, van Good Data, Smarto's (slimme apparaten) en Algo's (klinkt sympathiek).

A photograph of two men sitting in black office chairs on a light beige background, facing each other in conversation. The man on the left is wearing a dark suit and a white shirt. The man on the right is wearing a dark blazer, a blue shirt, and blue jeans. There are thin white lines connecting the text to the men's heads.

*Martin
Heijnsbroek*

*Ik wens je zalige data en een
gelukkig algo toe.*

*Dat klinkt als iets wat
je haalt bij de biologi-
sche supermarkt.*

*JanFred
van Wijnen,
chefMorgen*