

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

# Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, [www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.cedar.nl/pro](http://www.cedar.nl/pro)).

*No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.*

[info@boomamsterdam.nl](mailto:info@boomamsterdam.nl)  
[www.boomuitgeversamsterdam.nl](http://www.boomuitgeversamsterdam.nl)

## Big Data als seculiere voorzienigheid

*Een cultuurtheologische reflectie op Big Data levert het beeld op van een onzichtbare, ongrijpbare en blijkens almachtige entiteit ergens op de achtergrond die met zachte hand ons leven in ‘goede banen’ leidt. De ‘machtige’ die in het bezit is van een enorme hoeveelheid Big Data kan als een almachtige godheid heersen over diegenen wier gegevens hij bezit. Een verkeerd soort theologie lijkt zich dan op te dringen waarin individuele vrijheid niet meer bestaat en vergeving onmogelijk is. Protestbewegingen als Anonymous geven aan dat wij ons teweer kunnen stellen tegen deze afgod die we zelf in het leven hebben geroepen.*

---

door Frank Bosman

---

De auteur is cultuurtheoloog en verbonden aan de Tilburg School of Catholic Theology.

HET VERSCHIJNSEL ‘BIG DATA’ IS *HOT*. Journalisten, analytici, ICT-deskundigen, politici en opiniemakers liggen geregeld met elkaar overhoop over Big Data. Ze ruziën niet alleen over wat Big Data nu precies inhoudt, maar vooral over de vraag of het ongelimiteerd verkrijgen, bewaren en analyseren van gigantische hoeveelheden statistische informatie wel wenselijk is. De definitie van Big Data is dan misschien moeilijk heel nauwkeurig af te bakenen, maar via een globale beschrijving weet iedereen wel wat ermee bedoeld wordt. In het kort slaat Big Data op een dusdanig grote hoeveelheid data dat deze niet op één computerserver kan worden bewaard. In een iets bredere zin slaat het begrip op alle informatie die wij als gebruikers van het internet achterlaten tijdens ons ‘verblijf’ aldaar. Van cookies tot browsergeschiedenis, van het kopen van boeken tot het boeken van vliegreizen, van boodschappen tot WhatsAppberichten. Alles. Letterlijk alles.

## PRIVACY

Privacy bestaat niet op internet. En zodra een service op internet ‘gratis’ wordt genoemd, wees dan op je hoede. Waarschijnlijk ben *jijzelf* het product.<sup>1</sup> Gratis bestaat namelijk ook niet op internet. Door het analyseren van je internetgegevens, die je vrijwillig afgeeft in ruil voor ‘gratis’ Facebook of Twitter, verdienen deze bedrijven geld aan je door jouw gegevens door te verkopen aan marktpartijen die staan te trappelen om je online gedrag te kunnen analyseren. Als iets te mooi is om waar te zijn, is het dan ook vaak niet waar. Dat we gratis, dat wil zeggen ‘om niet’, kunnen facebooken, twitteren en whatsappen lijkt te mooi om waar te zijn. En dat is het dus ook.

*Dat we gratis kunnen facebooken, twitteren en whatsappen is te mooi om waar te zijn*

Gratis bestaat niet. Alleen genade is gratis. En alle genade komt van God, zo weet elke gelovige. *Gratia gratis datur*. ‘De genade wordt gratis gegeven’, maar niet op internet.

Wat die honderden bedrijven doen met alle data die zij van ons tijdens het surfen verkrijgen, is nog niet zo heel duidelijk. Waarschijnlijk doorverkopen aan ‘derden’, maar wie zijn die ‘derden’ en wat doen ze met ‘ons’? Bijna altijd geven wij als internetconsumenten zelf toestemming om onze data te bewaren, te analyseren en door te verkopen. Alleen zijn we ons er bijna nooit van bewust dat we dat doen. Elke keer als we ons opgeven voor een internetservice (bol.com, Facebook, Twitter, Google), moeten we een overeenkomstverklaring aanvinken. Die overeenkomsten zijn in het ondoordringbaarste juridische Engels (soms Nederlands) opgesteld, zodat werkelijk *niemand* die overeenkomsten leest, maar blind ‘akkoord’ aanvinkt.<sup>2</sup>

## EIGEN SCHULD

Matt Stone en Trey Parker hebben in de Amerikaanse animatieserie *South Park* al tweemaal heftige kritiek geleverd op deze manier van ‘zakendoen’, zowel op de geraffineerdheid van de *big corporations* als op de luiheid van de blindelings doorklikkende consument. In de aflevering ‘HUMANCENTIPAD’ (2011), een persiflage op de gruwelijke film *The Human Centipede* (2009), blijkt dat elke Applegebruiker (zonder erbij na te denken) een overeenkomst tekent die het bedrijf toestemming geeft om onder andere bizarre medische experimenten met de gebruiker uit te voeren. In ‘Let Go, Let Gov’ (2013) neemt *South Park* de onkritische consument weer op de hak.<sup>3</sup> Eric Cartman beklagt zich luidkeels over de digitaal spionerende Amerikaanse overheid (een verwijzing naar het NSA-schandaal en de Wiki-

Leaksaffaire), terwijl hij tegelijkertijd alles wat hij zegt, doet en zelfs denkt automatisch laat uploaden naar social media ('Shitter' genaamd).

#### RELIGIEUS FANATISME

Bizar detail is dat Butters, een van de andere kinderen in de aflevering 'Let Go, Let Gov', absoluut overtuigd raakt van de almacht van de alwetende regering, die hij met religieus fanatisme aanbidt en om de onmogelijkste zaken vraagt. De burgers van West-Europa en Noord-Amerika eisen van hun overheden dat zij hen beschermen tegen alle kwaad: natuurrampen, terrorisme, werkloosheid, enzovoort. Principeel is hiertegen eigenlijk geen enkele overheid opgewassen. Gedwongen door hun burgers zetten verschillende overheden zich aan de taak die burgers zo goed mogelijk te beschermen, en hebben daarvoor geen ander middel ter beschikking dan diezelfde burgers steeds gedetailleerder en nauwkeuriger te monitoren. Paradoxaal genoeg roepen diezelfde om bescherming roepende burgers dan ook weer moord en brand vanwege de privacyschendingen die deze monitoring noodzakelijkerwijs met zich meebrengt.

Big Data is dus niet 'gratis'; wij als internetconsumenten 'betalen' met onze gegevens. Het probleem van Big Data is dan ook niet zozeer de schending van onze privacy, waarmee wij feitelijk instemmen en waarvoor wij ook een dienst geleverd krijgen, maar de wijze waarop de verzamelde gegevens worden gebruikt.

#### WAT HEB IK GEDAAN? WAT GA IK DOEN? WAT MOET IK GAAN DOEN?

Er zijn grofweg drie manieren waarop data (dus ook Big Data) kunnen worden geanalyseerd, namelijk met *descriptive* (descriptief), *predictive* (predictief of voorspellend) en *prescriptive* (voorschrijvend) *analytics*. Bij descriptieve analyse bestudeert men data en analyseert men gebeurtenissen in het verleden om te begrijpen waarom die gebeurtenissen hebben plaatsgevonden zoals ze hebben plaatsgevonden. Het kernwoord is 'begrijpen'. We kennen deze manier van analyseren ook uit de historische wetenschappen, waarin geprobeerd wordt om aan de hand van historische bronnen (data) en wetenschappelijke methodes te begrijpen waarom bepaalde historische ontwikkelingen zich hebben voorgedaan. Op die manier kunnen we 'begrijpen' waarom bijvoorbeeld de Franse Revolutie of de Tweede Wereldoorlog hebben plaatsgevonden. Toegepast op de analyse van Big Data verkregen via internet kan je via descriptieve analyse proberen te begrijpen hoe je geworden bent zoals je geworden bent, namelijk als een opeenstapeling van alle handelingen (webbezoeken, transacties, updates)

die in totaal een beeld geven van jouw individuele persoonlijke voorkeuren (een ‘profiel’). Dat een profiel van een individu iets heel anders is dan het individu zelf, heeft wederom *South Park* op een schitterende manier laten zien in ‘You Have o Friends’ (2010).<sup>4</sup>

De tweede manier van analyseren is de predictieve. Deze manier van analyseren richt zich op het voorspellen van toekomstige ontwikkelingen. In de context van internet en marketing betekent dit dat bedrijven proberen te voorspellen welke (online) activiteiten je zult gaan ontplooiën. Kernwoord is hier ‘voorspellen’. Op deze manier kunnen productaanbieders de surfende consument allerlei ‘leuke aanbiedingen’ doen die exact (zouden moeten) matchen met de voorkeuren, behoeften en gewoontes van die persoon. ‘Andere personen schaften deze boeken aan: ...’ meldt de boekenverkoopsite dan, met de bedoeling je te interesseren voor nog meer aankopen. De geschiedenis laat zich goed begrijpen (descriptieve analyse), maar het *voorspellen* van de toekomst, zelfs op basis van historische processen, is uiterst ingewikkeld en precair. Niemand kan de toekomst voorspellen. En hoewel de geschiedenis zich herhaalt, zo wil althans het Franse spreekwoord, herhaalt de geschiedenis zich altijd anders.<sup>5</sup> Deze manier van omgaan met Big Data is dus niet zonder risico’s, en levert zeker niet altijd het (door de marktpartijen) gewenste resultaat op.

De derde manier van analyseren van Big Data wordt prescriptief genoemd, ofwel voorschrijvend. Dit is de ingewikkeldste variant van data-analyse. Prescriptieve analyse gaat een stapje verder dan predictieve analyse,

*Het kernwoord van prescriptieve analyse is niet meer ‘begrijpen’ (descriptief) of zelfs ‘voorspellen’ (predictief), maar ‘macht’*

omdat deze vorm van analyse niet alleen probeert om voorspellingen over de toekomst te doen op basis van het verleden, maar ook om deze toekomst actief bij te sturen. Prescriptieve analyse anticipeert niet alleen op datgene wat zal gaan gebeuren, maar geeft ook indicaties *waarom* dat zal gebeuren, waar-

door de analist (en vooral de zakenman of de politicus die deze analist in dienst heeft) deze toekomst actief kan beïnvloeden. Het kernwoord is hier niet meer ‘begrijpen’ (descriptief) of zelfs ‘voorspellen’ (predictief), maar ‘macht’ (prescriptief).

#### GEEN VRIJE WIL

Het kost een gemiddelde consument niet veel moeite om uit te vogelen dat vooral deze derde vorm van Big Data-analyse een groot probleem vormt.

Bij descriptieve analyse wordt slechts in kaart gebracht wat een individu in een bepaalde periode gedaan heeft. En de geschiedenis laat zich niet veranderen. Je bent zelf overal bij geweest. Het verleden is misschien in retrospectief niet zo aangenaam, maar de verantwoordelijkheid ligt vast. Hoewel predictieve analyse een stapje verder gaat, wordt de vrije wil van de consument/surfer niet fundamenteel aangetast. Je wordt misschien wel verleid om allerlei (impuls)aankopen te doen, maar ook daar ben je zelf bij. Ook hier ligt de verantwoordelijkheid bij het vrije autonome individu, die uit vrije wil kan beslissen om op de ‘verleiding’ in te gaan of niet. Die vrije wil vormt dan ook de rechtsfilosofische en morele basis van ons rechtssysteem. Elk individu is in principe verantwoordelijk voor zijn eigen handelen, behalve in uitzonderingssituaties (overmacht, onwetendheid en andere verzachtende omstandigheden).

In het geval van prescriptieve data-analyse wordt de vrije wil van de individuele consument aangevallen. De zakenman, politicus, crimineel of wie dan ook die toegang heeft tot de juiste data en analysemodellen kan (en zal) de individuele klant, consument, surfer of burger actief gaan manipuleren om bepaalde zaken wel of juist niet aan te schaffen en – een stapje verder – bepaalde handelingen wel of juist niet te verrichten. Hiermee wordt de vrije wil van het autonome individu afgebroken. De betreffende consument *weet* immers niet dat hij gemanipuleerd wordt, en kan dus ook niet in vrijheid afwegen of hij op de ‘verleiding’ ingaat of niet, aangezien de verleiding niet meer als zodanig kan worden geïnterpreteerd.

#### DE MANIPULATIEVE MACHT VAN AMAZON

Laat ik een concreet voorbeeld geven. Als ik naar Amazon.com surf om een boek aan te schaffen, houdt de website al mijn digitale bewegingen bij, eventueel aangevuld met andere informatie over mij die Amazon van andere aanbieders heeft gekocht. Het gaat in dit geval om descriptieve analyse. Ik word gevolgd, geschaduwd. Al deze informatie leidt ertoe dat Amazon.com mij andere boeken kan tonen waarvan aangenomen mag worden dat ik daarin interesse heb, omdat Amazon op basis van predictieve analyse kan ‘berekenen’ welke boeken ‘in mijn straatje’ passen. Ik kan echter alsnog weigeren op deze verleiding in te gaan, en besluiten alleen het boek te kopen dat ik wilde kopen.

Als Amazon echter gebruik gaat maken van prescriptieve analyse gaat het systeem voor mij bepalen welke boeken ik *wel* mag aantreffen op die site, en vooral ook welke *niet*. Dat kan enerzijds een verademing zijn (geen boeken die me niets interesseren), of zelfs een bescherming vormen (geen wijngidsen als ik een verleden van alcoholisme achter me heb), maar het

kan ook regelrechte censuur betekenen (geen boeken van Hitler en Mao). In ieder geval kan ik nu niet meer *kiezen* of ik een aangeraden boek wel of niet ga aanschaffen. Het systeem heeft vooraf besloten tot welke literatuur ik überhaupt toegang heb. Nu is dat bij boeken misschien nog niet geheel onoverkomelijk (hoewel ik als wetenschapper nu al de kriebels heb), maar het wordt veel ernstiger als het gaat om politieke of maatschappelijke informatie. Hierdoor zie ik bepaalde politieke partijen wel en andere niet voorbijkomen. Op die manier word ik eenzijdig geïnformeerd over – bijvoorbeeld – allerlei militaire en politieke brandhaarden in het Midden-Oosten. Het beeld van Big Brother duikt op: een anonieme man aan de knoppen die de wereld van ontelbare individuen kan manipuleren zonder dat er een haan naar kraait.

#### SECULIERE ALVOORZIENIGHEID

Cultuurtheologisch doemt hier het beeld op van een seculiere voorzienigheid, waarvoor in het eerder genoemde ‘Let Go, Let Gov’ al werd gewaarschuwd. Deze seculiere voorzienigheid wordt door velen als vanzelfsprekend beschouwd. Het is de wereld waarin we onszelf aantreffen. Ergens op de achtergrond bestaat een onzichtbare, ongrijpbare en blijkens almachtige entiteit die met zachte hand ons leven in ‘goede banen’ leidt. De ‘machtige’ die in het bezit is van een enorme hoeveelheid Big Data kan als een almachtige godheid heersen over diegenen wier gegevens hij bezit. Deze ‘machtige’ – bedrijf, overheid, misdaatsyndicaat – kan door middel van prescriptieve analyse het wereldbeeld van zijn ‘gelovigen’ dusdanig manipuleren dat de gemanipuleerde werkelijkheid wordt aangezien voor de ‘echte’ werkelijkheid.

Een aantal noties komt dan onder druk te staan. De eerste is de menselijke vrijheid. Als seculiere machten ‘de massa’ manipuleren in het verzamelen van informatie op basis waarvan de burgers hun beslissingen nemen, dan bestaat vrijheid in eigenlijke zin niet meer. Een verkeerd soort theologie lijkt zich dan op te dringen. Individuele vrijheid lijkt principieel conflicterend met de prescriptieve ‘alwetendheid’ van de machthebber.

De mens is dan ‘gevangen’ in de data die hij zelf (verwijtbaar onbewust en/of ongewild) heeft gecreëerd. Hij kan zich bovendien van deze ‘zonde’ niet meer bevrijden, want van de seculiere Alvoorzienigheid is geen ‘genade’ te verwachten. Zelfs een ‘vergeetverzoek’ aan de hogepriester van Het Internet, het internetzoekbedrijf Google, is niet afdoende. Google verwijdert immers de gewraakte informatie niet, doch laat die weg uit de zoekresultaten die de zoekmachine oplevert. Seculiere zonden zijn kennelijk onvergeeflijk, in de zin dat ze onvergetelijk zijn (in de slechtste zin denkbaar).

Er zijn echter krachten die zich tegen deze seculiere alwetendheid verzetten. Het hackerscollectief Anonymous klaagt overal en nergens de privacy-schendingen op het wereldwijde internet aan. Een van de bekendste slagzinnen van Anonymous is: 'We zijn met velen.' Het is een verwijzing naar Marcus 5: 9, waarin Jezus een man bevrijdt van de demonische invloed van Legioen, een demonencollectief. De demonen waarvan Jezus ons bevrijdt, zijn de door onszelf gecreëerde zonden, fobieën, angsten en teleurstellingen. En zo probeert ook Anonymous ons te bevrijden van de zelfgeschapen demon van persoonlijk gedeelde data.

Big Data lijkt hiermee in cultuurtheologische zin op een oudtestamentische afgod. Alle macht lijkt hem toe te komen, maar in werkelijkheid zijn wijzelf degenen die hem zo machtig maken. Net als bij de oudtestamentische afgoden lijken genade en vergeving vaak ver te zoeken. Zonden worden niet vergeven, omdat ze niet vergeten worden. Toch is Big Data op zich niet immoreel; het gaat erom tot welk doel die gebruikt wordt. Om de

*Big Data kan gebruikt worden om een tabernakel of een gouden kalf mee te bouwen*

bekende theoloog Augustinus van Hippo te parafraseren: Big Data kan gebruikt worden om een tabernakel of een gouden kalf mee te bouwen. Big Data kan een nieuwe, eigen afgod creëren, die we omineuze namen geven als 'De Markt' of 'De

Overheid'. Maar Big Data kan ook gebruikt worden om ons tot God te richten, of om – in seculiere taal – de wereld te maken tot een betere wereld voor iedereen.

#### Noten

- 1 Tim Kraaijvanger, 'Hoeveel is jouw persoonlijke informatie waard?', op [www.scientias.nl/hoeveel-jouw-persoonlijke-informatie-waard/103334](http://www.scientias.nl/hoeveel-jouw-persoonlijke-informatie-waard/103334) (11 juli 2014).
- 2 Jason Alderman, 'Read Contracts Carefully Before Signing', op [www.huffingtonpost.com/jason-alderman/read-contracts-carefully\\_b\\_5592039.html](http://www.huffingtonpost.com/jason-alderman/read-contracts-carefully_b_5592039.html) (16 juli 2014).
- 3 Frank G. Bosman, 'De overheid als pseudo-god', op [www.katholiek.nl/social-media/de-overheid-als-pseudo-god](http://www.katholiek.nl/social-media/de-overheid-als-pseudo-god) (4 oktober 2013).
- 4 Frank G. Bosman, 'Je hebt o vrienden. *SouthPark* en de devaluatie van het begrip "vriendschap"', in: *Nothing Personal* (2011), pp. 60-65.
- 5 Maarten van Rossem, 'De geschiedenis herhaalt zich niet!', *Historisch Nieuwsblad* (2009), nr. 3. Zie [www.historisch-nieuwsblad.nl/nl/artikel/25225/de-geschiedenis-herhaalt-zich-niet.html](http://www.historisch-nieuwsblad.nl/nl/artikel/25225/de-geschiedenis-herhaalt-zich-niet.html).