

RENS VAN DER VORST



WAAROM JE
ALTIJD WILT
WINNEN
VAN JE
NAVIGATIE-
SYSTEMEEM

EN 99 ANDERE BELANGRIJKE
TECHNOLOGISCHE
VRAGEN VAN DEZE TIJD

business contact

Rens van der Vorst

Waarom je altijd wilt winnen van je navigatiesysteem

En 99 andere belangrijke
technologische vragen van deze tijd

Uitgeverij Business Contact
Amsterdam/Antwerpen

002. Waarom wil je altijd winnen van je navigatiesysteem?

Als mijn navigatiesysteem voorspelt dat ik om 17:23 uur thuis ben, dan denk ik onmiddellijk: dát zullen we nog wel eens zien! Ik streef dan fanatiek naar uiterlijk 17:21 uur. Ik neem zelfs risico's. Totaal irrationeel en onverantwoordelijk. Maar ik moet en ik zal winnen.

Herkenbaar?

Ik ben in ieder geval niet de enige. Ik heb vrienden die er een hele studie van hebben gemaakt. Hardrijden op de snelweg heeft weinig zin, betogen zij. Winst haal je in de bebouwde kom, of beter nog, tachtig rijden in een woonwijk. Scheelt minuten!

Het is waarschijnlijk nooit de bedoeling geweest, maar navigatiesystemen voegen een spelelement toe aan autorijden. Er wordt iets gemeten. Er is een score, dus er valt te winnen. Simpel.

Vertaal dat nu eens naar sociale media. Daar worden pas écht scores bijgehouden. Volgers, likes, retweets, reacties, views en ga zo maar door. En dat is wél bewust zo ontworpen. Aandacht op sociale media is een competitie. Een spelletje. En dus verslavend.

Dat heeft zo zijn nadelen. Ten eerste is het spelbord kwantitatief opgezet. De scores meten niet hoeveel

mensen je écht geraakt hebt met je bericht, alleen maar hoeveel mensen het gezien hebben. Of gedeeld. Of geliket. Of whatever. Kwantiteit in plaats van kwaliteit.

Ten tweede kun je niet winnen. Een oude wijsheid luidt: wanneer je je leven organiseert rondom geld, heb je nooit genoeg geld. Hetzelfde geldt voor aandacht.

Instagram experimenteert al een tijdje met het weghalen van likes. Ze kunnen misschien wat leren van Benjamin Grosser. Deze kunstenaar bouwde een plugin die alle getallen op sociale media weghaalt. 'People Like This', zo was zijn redentatie, klinkt een stuk sympathieker dan '3 People Like This'. Het leek een goed idee: sociale-media-zonder-stress. Maar gebruikers vonden het niks.

Immers, wat is het nut van een spelletje als niemand de score bijhoudt?

010. Ben ik een robot?

Een paar jaar geleden was het hard werken om aan een website te bewijzen dat je geen robot was. Je moest dan vervormde woorden herkennen en intypen. Die woorden kwamen vaak uit boeken die Google aan het digitaliseren was. Je werkte dus eigenlijk voor Google. Later kwamen de plaatjes. Dan moest je auto's aanklikken. Of bruggen. Of verkeersborden. Google gebruikte die informatie om zijn kunstmatige intelligentiesystemen te trainen. Werkte je weer voor Google.

De laatste tijd hoef je vaak alleen nog maar een vinkje te zetten voor de tekst: 'I am not a robot' en dan kun je meteen verder.

Eerst vond ik dat vreemd, maar nu weet ik hoe het werkt. Google, de eigenaar van dat systeem, controleert op het moment dat je klikt van alles. Je IP-adres. Waar je vandaan komt. Hoe je muis heeft bewogen. Wat je een paar seconden geleden deed. En zo nog duizenden geheime variabelen. Slimme software weet dan of je een robot bent.

Een beetje eng. Een beetje briljant.

Ik vind het heerlijk om zo'n vinkje te zetten. Ik zal uitleggen waarom. Ik lees namelijk vaak artikelen die

beweren dat grote technologiebedrijven alles van ons willen weten. Ze willen niet alleen in staat zijn om te voorspellen wát we willen kopen, ze willen ook bepálen dát we iets willen kopen. Ze willen ons automatiseren. Daar komt nog eens bij dat ik steeds vaker lees over computers die worden gemodelleerd naar het menselijke brein. *Deep learning*. De mens, lees ik dan, is niets meer dan een robot van vlees en bloed. Een organische robot.

Input in, trainen, output out.

Daarom ga ik zo nu en dan naar zo'n website en vink ik aan dat ik geen robot ben. Heel intelligente systemen beoordelen dat en concluderen: inderdaad. Geen robot. Goed voor mijn zelfvertrouwen.

094. Heb ik een droombaan?

Dit boek gaat over belangrijke vragen over een wereld vol digitale technologie. Alleen ben ik bang dat de coronacrisis duidelijk heeft gemaakt dat het allemaal nog erg meevalt met die digitale wereld. Of tegenvalt. Immers, als fysieke nabijheid niet meer mogelijk is, dan staat bijna alles stil. Geen sport. Geen horeca. Geen kapper. Geen onderwijs. Geen evenementen. Niets!

Gelukkig kunnen we nog wel thuis vergaderen. Videoconferencing. Heerlijk. Veel beter dan vroeger. Toen zat ik wel eens in een vergadering, zo'n beetje aan het einde van de middag, met mensen die maar bleven praten over een onderwerp dat me maar matig interesseerde.

Vaak was het warm in zo'n vergaderkamer en nam de hoeveelheid zuurstof snel af. Ik kreeg dan regelmatig de aandrang om een dutje te doen. Gewoon, lekker even in een hoekje van de vergaderkamer gaan liggen, laptoptas als kussentje, schoentjes uit en even, heel even maar, de oogjes sluiten. Ik deed dat nooit. Ik vermoedde namelijk dat mijn collega's dat niet op waarde zouden kunnen schatten, zelfs niet als ik woorden als powernap zou gebruiken.

Maar nu vergaderen we dus online. Ik doe dat op mijn zolder. Daar staat mijn bureau, maar ook mijn bed. En

ja, ik geef het toe: ik heb al een paar keer, zo aan het einde van de dag, mijn camera uitgeschakeld (want: bandbreedte!), het geluid ietsje zachter gezet, en vervolgens ben ik op bed gaan liggen. Even de oogjes dicht terwijl op de achtergrond de vergadering rustgevend voortkabbelt.

Heerlijk.

Eén keer hoorde ik, ergens halverwege mijn sluimer, dat iemand in de vergadering mij een vraag stelde. Ik stond op, sloot de sessie af, logde opnieuw in en werd verwelkomd met een: 'Rens, fijn dat je er weer bent.'

Zo kan het dus ook, dacht ik.

Wat een droombaan.