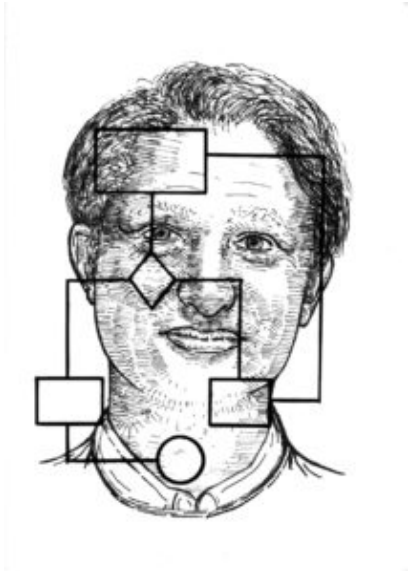


# Christian Madsbjerg ~ Filosofie in een tijd van big data



Christian Madsbjerg  
- Tekening Joseph  
Sassoon Semah

Zijn big data en algoritmes de ultieme bron voor succes, zoals Gijs van Oenen betoogt in *'Overspannen democratie. Hoge verwachtingen, paradoxale gevolgen'* (zie:

<http://rozenbergquarterly.com/gijs-van-oenen-overspannen-democratie-hoge-verwachtingen-paradoxale-gevolgen/>) ? Is het zo dat big data leidt tot meer inzicht en succes? Heeft menselijke interpretatie nog wel nut in het tijdperk van het algoritme? De filosoof, politiek wetenschapper en veelgevraagd adviseur van Fortune 500-bedrijven Christian Madsbjerg laat aan hand van voorbeelden zien dat de wereld uit veel meer bestaat dan een serie algoritmes. Veel van de grootste succesverhalen komen niet voort uit wiskundige analyses, maar zijn het resultaat van menselijke betekenisgeving en betrokkenheid met cultuur. Elk inzicht blijft krachteloos als we niet het menselijk gedrag, het denken erbij betrekken. Een kritische benadering is nooit 'zo revolutionair en actueel geweest als nu'. Als we onze culturele kennis afdanken, dan gaat dan ten koste van de toekomst van de mens.

Christian Madsbjerg houdt in zijn boek *'Filosofie in een tijd van big data'* een

vlaamend betoog voor cultureel engagement, diepgang, ervaring en de geesteswetenschappen en ontmaskert de tirannie van het getal en de wetenschappelijke focus op direct nut. “Nooit eerder is onze cultuur zo sterk verleid door de belofte van kunstmatige intelligentie, machinaal leren en cognitieve computing. Nooit eerder is onze wereld van overlappende politieke, financiële, sociale, technische en ecologische systemen zo sterk met elkaar verbonden geweest.” Madsbjerg houdt een warm pleidooi voor de studie geesteswetenschappen, die ons tot nieuwe ideeën kan brengen, cultureel engagement dat de basis vormt van de methode die hij ‘betekenisgeving’ noemt, en een leidraad kan zijn in een steeds veranderende omgeving. Het kan niet alleen inzicht geven, maar op langer termijn veel profijtelijker zijn, ‘zowel voor je bankrekening als voor je leven - dan een beperking tot de benauwde werkelijkheid van de big data’, de ‘dunne data’, die ons willen begrijpen op basis van wat we doen, abstracte data, terwijl ‘dikke data’ de hele context meenemen, data van de betekenisgeving, de context van de feiten.

Madsbjerg haalt Silicon Valley aan als een bedrijf waar alleen dunne data gelden, met een ‘obsessie voor kwantificering’ en veel wordt gesproken over ‘disruptie’ (een breuk tussen een ‘voor’ en een ‘na’, een natuurwetenschappelijke manier van denken, waarbij iets waar is tot het tegendeel wordt bewezen). Big data zijn gericht op correlatie en niet op causaliteit en zijn niet geïnteresseerd in het ‘waarom’. Men gaat op zoek naar info en ervaringen die ons een gevoel van bevestiging en erkenning geven. Alhoewel de innovaties van Silicon Valley ook grote voordelen bieden, is het gevaar groot om zonder betekenisgeving te werken. Dit staat in groot contrast met de intellectuele traditie.

Madsbjerg haalt belangrijke filosofen van de 20 ste eeuw aan en de verschillende manieren om betekenis te ontleen aan niet-lineaire (onvoorspelbare menselijke) data.

Zijn grote inspiratiebron is Martin Heidegger en zijn ‘Sein und Zeit’ uit 1927. Hoe kan de mens vrij zijn in de sociale context, in de alledaagsheid van het bestaan, in een werkelijkheid die sterk is bepaald door onze context en geschiedenis? Ook Heideggers vertolker Hubert Dreyfus, die in zijn boek ‘*Mind over Machine*’ een ‘fenomenologie van vaardigheden’ schetst, een fijngeslepen intuïtie die op een onbewust niveau werkt, wordt aangehaald.

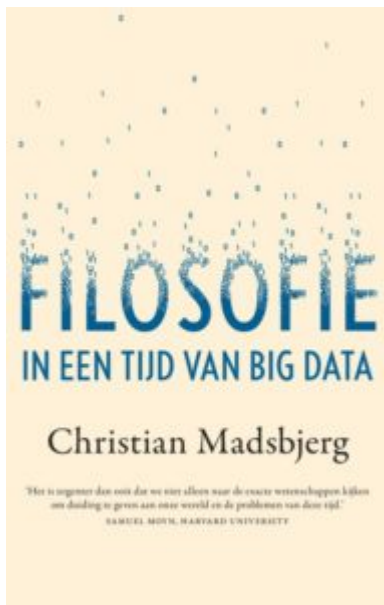
Heideggers filosofie van een cultuur die niet is gebaseerd op individuen maar op de sociale omgeving waarin we leven- de context bepaalt- kan helpen de wereld te

begrijpen.

Zakenmensen als George Soros en bedrijven als Starbucks met aandacht voor betekenisgeving en cultuur, zijn mede vanwege deze aanpak zeer succesvol. Soros, de 'man die Engeland brak', die dik geld verdiende op 'Zwarte Woensdag' op 16 september 1992, omdat hij jarenlang was getraind als student filosofie in geesteswetenschappelijk denken.

Soros inspiratiebron was de wetenschapsfilosoof Karl Popper, en zijn concept van falsificatie. Soros gebruikte deze methode om eigen zekerheden te weerleggen omtrent marktontwikkelingen. Soros en zijn Soros Fund Management gingen uit van narratieve data, ervaringen, krantenartikelen, en verhalen over hoe mensen reageerden, situatie gebonden kennis, dieper cultureel inzicht.

Het wisselen van perspectief, want ideeën zijn nooit statisch.



Ford worstelde met een teruglopende verkoop van zijn auto's, doordat bij het zoeken naar innovaties de technologie leidend was, waardoor het bedrijf de aansluiting met de klant had verloren. Na dat Ford het betekenisgevingsproces had doorgevoerd in haar organisatie, en de werkgevers zich niet meer als technische innovators maar hun werk richtte op hoe de technologie mensen en hun ervaring kan dienen werd het bedrijf weer succesvol. De mens is alleen te begrijpen in zijn context.

Madsbjerg schets meer praktijkervaringen met zijn bedrijf ReD Associates. zoals voor een supermarktketen die veel meer waarde is gaan hechten aan de stemming van de klant zelf, in plaats van op de impulsen van buiten ('Befindlichkeit' van Heidegger). Zo bleek het gevoel van zelf en verantwoord te willen koken, een kookervaring, erg belangrijk te zijn. Meer investeren in relatie dan transactie. Hij geeft tal van voorbeelden waar meesterschap wordt

gekenmerkt door intuïtieve flow- een betrokkenheid bij een bepaalde wereld, in plaats van door een zelfbewust en berekend proces.

Voor Madsbjerg is het belangrijkste inzicht van de betekenisgeving, dat creativiteit niet van ons komt, maar gaat via ons, vanuit de sociale sfeer waarin we leven, een soort genade, dat in schril contrast staat met de huidige obsessie voor 'design thinking' en de misvatting van creativiteit. Hij valt de design wereld

hard aan: met zijn innovaties zonder sociale context, waarbij deskundigheid en ervaring struikelblokken zijn en onwetendheid het grootste goed.

Ze vergeten dat mensen in werelden bestaan. Je krijgt te horen dat de toekomst aan de massa is en dat we de gedachte van het eenzame genie moeten loslaten.

Alhoewel een algoritme optimalisering kan bereiken, is alleen de mens in staat betekenis te geven. De geesteswetenschappen biedt hierbij een ideaal oefenterrein. Madsbjerg sluit af met: "Waar zijn mensen voor? Algoritmen kunnen veel, maar ze zullen nooit om iets of iemand geven. Daar zijn mensen voor."

Ik moest ineens denken aan de Italiaanse schrijver Alessandro Baricco die we in 2010 in Felix Meritis, Europees centrum voor kunst, cultuur en wetenschap, hadden uitgenodigd in gesprek te gaan met Frans Timmermans naar aanleiding van het verschijnen van zijn boek *'De Barbaren'*, waarin hij de geleidelijke teloorgang van ons cultuurbesef beschrijft. De barbaar is een horizontaal mens, zonder diepgang, die van de ene ervaring naar de andere gaat, recht op zijn doel af.

Christian Madsbjerg - Filosofie in een tijd van big data

Uitgeverij Ten Have, Amsterdam, 2017 - ISBN: 9789025906085

*Linda Bouws - St. Metropool Internationale Kunstprojecten*