



Het echte gevaar is niet AI, maar het internet dat ons al twintig jaar stuurt

Posted on 14 juli 2026 by Gastauteur

*Door Jan Hartmann**

De angst voor manipulatie door kunstmatige intelligentie is begrijpelijk. Systemen die emoties bespelen, meningen sturen en democratische processen beïnvloeden: het klinkt als een nieuw, dreigend gevaar. Maar die angst verhult een fundamenteeler punt. De manipulatie waar we bang voor zijn, bestaat al – en is veel diffuser, chaotischer en minder controleerbaar dan welke kwaadwillende AI ooit zou kunnen zijn. AI is niet het begin van een probleem, maar het eindpunt van een ontwikkeling die we nooit serieus hebben willen reguleren.

Wie AI ziet als de nieuwe bedreiging, kijkt voorbij aan het bestaande ecosysteem van reclame, sociale media, politieke communicatie en overheidsvoorlichting. Dat landschap is niet ontworpen als manipulatiemachine, maar functioneert wel als zodanig. Het is een omgeving waarin miljoenen boodschappen, algoritmes en belangen elkaar voortdurend versterken. Niet door een centraal plan, maar door de logica van gemanipuleerde aandacht. In zo'n omgeving kan een klein signaal – een

tweet, een framing, een – uitgroeien tot een maatschappelijke storm.

Manipulatie als verdienmodel

Een recent voorbeeld is de risicocommunicatie rond weerwaarschuwingen. Een enkele modelrun kan leiden tot een code geel of oranje die vervolgens niet uitkomt. Het probleem is niet de meteorologie, maar de digitale omgeving waarin zulke waarschuwingen worden versterkt, opgeblazen en geconsumeerd. Burgers weten niet meer wanneer een waarschuwing echt is, omdat het systeem zelf zijn geloofwaardigheid heeft verloren.

Binnen de commerciële wereld is manipulatie geen incident, maar het verdienmodel. Online reclame optimaliseert op aandacht en gedragsverandering, niet op begrip. Microtargeting, kunstmatige urgentie en emotionele sturing zijn standaard. Sociale platforms zijn gebouwd om verslaving te maximaliseren, niet om autonomie te beschermen. De ironie is dat AI nu wordt gezien als het gevaar, terwijl AI-systemen strenger worden begrensd dan de -industrie ooit is geweest – een claim die vooral theoretisch is, want de praktijk van digitale beïnvloeding is veel minder ordelijk.

Minder zichtbaar, maar maatschappelijk veel belangrijker, is de rol van de overheid. De Nederlandse overheid is de grootste adverteerder van het land. Haar communicatie – van publiekscampagnes tot beleidsuitleg – maakt structureel gebruik van framing, selectieve eenvoud en strategische weglatingen. Niet uit kwade wil, maar uit institutionele logica: beleid moet worden uitgelegd, draagvlak moet worden gecreëerd.

Een treffend voorbeeld is de stikstofcrisis. Jarenlang werd één getal – de ‘kritische depositiewaarde’ – gepresenteerd als harde natuurwet, terwijl het in werkelijkheid een beleidskeuze was. Die nuance verdween volledig in de digitale communicatiestroom. Het resultaat was een informatie-omgeving waarin burgers, boeren en zelfs bestuurders dachten dat het getal een natuurkundige grens was. De manipulatie zat niet in een kwaadwillende actor, maar in de manier waarop het internet een simplificatie versterkte tot een schijnbare zekerheid.

Manipulatief ecosysteem

Dit klinkt paradoxaal, maar volgt logisch uit de structuur van AI-systemen. Een taalmodel is één consistent geheel: één logica, één normatieve laag. Dat maakt het voorspelbaar, analyseerbaar en detecteerbaar – en juist daardoor kwetsbaar voor tegenspraak. Als een AI consequent één richting op stuurt, valt dat op. Sporen zijn traceerbaar, patronen zijn herkenbaar, en de bron is aan te wijzen.

Het huidige internet doet dat niet. Het is een emergent systeem waarin manipulatie ontstaat uit de interactie van duizenden kleine prikkels, zonder auteur en zonder adres. Wie vreest dat AI ons gaat misleiden, onderschat hoe diep we al in een manipulatief ecosysteem leven – en hoe onzichtbaar dat ecosysteem is gebleven. Hoe programmeer je een AI-systeem dat consistent misleidt of manipuleert?

Radicale transparantie

Regulering van AI lost het bestaande probleem niet op. Regulering van reclame en overheidscommunicatie evenmin. Beide zijn te groot, te complex en te adaptief. Wetgeving kan misbruik beperken, maar niet bepalen welke waarden overheid, bedrijven en media werkelijk willen dienen. Zolang het internet wordt gebruikt als instrument om gedrag te sturen, zal AI dat mechanisme versterken.

Een nieuwe centrale instantie of technocratische oplossing zou het probleem alleen verplaatsen. Wat wél zou helpen, is radicale transparantie: systemen die zichtbaar maken hoe publieke communicatie werkt, zonder zelf een nieuwe bron van sturing te worden. Niet om te corrigeren, maar om bloot te leggen. Maar ook hier schuilt een paradox: transparantie werkt alleen als mensen haar willen zien, en de logica van aandacht beloont niet de onthulling maar de prikkel. Misschien is de eerlijkste conclusie dat we een probleem hebben gecreëerd dat niet ordelijk oplosbaar is – en dat we dat liever niet onder ogen zien.

Wie bang is voor AI, kijkt weg van het echte probleem: een internet dat al twintig jaar onze aandacht, emoties en meningen vormt – zonder dat iemand er verantwoordelijk voor lijkt te zijn. Maar waar velen aan verdienen.

**Jan Hartmann is historicus en was medewerker computer-cartografie (GIS) aan de Universiteit van Amsterdam.*

Wynia's Week brengt broodnodige, onafhankelijke berichtgeving: drie keer per week, **156 keer per jaar**, met artikelen en columns, video's en podcasts. Onze donateurs maken dat mogelijk. [Doet u \(weer\) mee?](#) Hartelijk dank!