

Mensen zijn niet te weinig geïnformeerd over AI – integendeel. Vandaar ook de weerzin

Maurits Martijn

01.07.26 Analyse 4 min

AI lijdt onder een slecht imago, klinkt het in de techindustrie. Betere marketing moet dat verhelpen. Maar het publiek heeft alle reden om sceptisch te zijn. Die terechte zorgen niet serieus nemen, is een zeer risicovolle strategie.

‘Misschien kunnen we wel een heel mooi oranje datacentrum op de Maasvlakte maken, waar we allemaal voetballers op printen?’

Google-medewerker en MIT-onderzoeker Michiel Bakker zei het grappend in de podcast *AI Report*. Maar zijn boodschap was bloedserieus: we moeten mensen ervan overtuigen dat kunstmatige intelligentie heel groot en heel existentieel is. Nu heerst er een negatief sentiment over de bouw van datacenters. Bakker: ‘We moeten echt proberen om mensen mee te nemen in hoe belangrijk dit is.’

Zelf droeg Bakker daar een steentje aan bij door mee te schrijven aan het document *Europe 2031*. In dit fictieve scenario delft Europa het onderspit, omdat het te laat investeert in datacenters en AI-modellen. Het continent verliest de ‘race’ en wordt de speelbal van de VS en China.

De auteurs willen daar met hun fictieve doemscenario voor waarschuwen en zo voorkomen dat Europa ‘economisch en politiek buitenspel komt te staan, met waarden die we niet kunnen verdedigen, een verzorgingsstaat die we niet meer kunnen financieren.’ Aan invalpresentator van *AI Report* Jeroen Wollaars vertelde Bakker dat hij dit openbare (en tamelijk omineuze) scenario schreef omdat ‘mensen nog niet voelen hoe groot dit is’.

Bakker lijkt de weerzin tegen datacenters en het onbegrip over het belang van AI te zien als een communicatieprobleem. Als mensen eenmaal echt weten wat er op het spel staat, zullen zij het prioriteit geven. Media, wetenschap en de ‘luisteraars van *AI Report*’ zouden zich in moeten spannen om andere verhalen over AI te vertellen. ‘Dan kunnen we grote stappen zetten’ – in het opbouwen van een volwassen Europese AI-industrie, aldus Bakker.

Zou het? Is de AI-weerzin op te lossen met voorlichting, speculatieve doemscenario’s en kekke campagnes?

Waarom iedereen AI haat?

Volgens Nobelprijswinnaar Paul Krugman is er iets anders aan de hand. Naar aanleiding van recente peilingen uit de VS schreef hij op zijn Substack een artikel met de stevige titel *Waarom haat iedereen AI?*

Nou, waarom?

Het is niet zo dat Amerikanen *altijd* sceptisch reageren op nieuwe technologie; over het algemeen verwelkomen zij die met optimisme. ‘Deze felle tegenreactie is uitzonderlijk’, schrijft Krugman.

Des te interessanter is dan de vraag: waar komt die vandaan?

Krugman geeft vier verklaringen.

Allereerst schetsen de makers van de technologie zelf nogal veel negatieve vooruitzichten. Denk aan de voorspellingen over massawerkloosheid door Anthropic-baas Dario Amodei, of de doembeelden van Amodei en Sam Altman (OpenAI) over AI die de mensheid uitroeit. Waarom zou je sympathie voelen voor technologie die je baan afpakt of je voortbestaan bedreigt?

Volgens Krugman doen de techbedrijven dit puur voor het geld. Door hun modellen als exceptioneel krachtig te presenteren, willen ze Wall Street imponeren en financiering zeker stellen én bedrijven zover krijgen dat zij vanwege fomo versneld AI adopteren.

De AI-industrie heeft dus wel degelijk een communicatieprobleem, maar anders dan Bakker bedoelt: mensen zijn niet slecht geïnformeerd, ze zijn bang gemaakt. En nu zijn ze dus, ehm, bang.

De tweede verklaring: AI wordt opgedrongen. ‘Het klopt dat veel mensen vrijwillig grote taalmodellen gebruiken voor persoonlijk gemak of als productiviteitstool voor hun werk’, schrijft Krugman. ‘Maar mensen gebruiken AI voor een aanzienlijk deel helemaal niet vrijwillig.’ Veel bedrijven verplichten hun medewerkers ertoe.

Waarom? Bedrijven verwachten dat AI de productiviteit verhoogt, ook al zien ze dat (nog) niet terug in de cijfers. Bovendien belonen financiële markten, volgens Krugman, op dit moment bedrijven die AI omarmen – los van de vraag of dit daadwerkelijk positieve resultaten oplevert.

Daarbij duwen techbedrijven consumenten AI door de strot, door het in al hun producten te verwerken. Krugman noemt Google als extreem voorbeeld: dat verving de zoekmachine door AI-overviews, zonder afmeldoptie. ‘Veel mensen hebben dan ook terecht het gevoel dat ze helemaal geen keuze hebben of ze AI willen gebruiken – consumenten en werknemers kunnen AI inmiddels ontzettend lastig vermijden.’

De derde reden: datacenters zijn een zichtbare herinnering aan de maatschappelijke kosten. Ze slokken land op, kosten water en energie en vervuilen de lokale omgeving. Uit een peiling blijkt dat 57 procent van de Amerikanen tegen een datacenter in de buurt is; slechts 14 procent steunt het. Deze weerstand zie je wereldwijd.

Ten slotte stonden techbedrijven en hun CEO's er al niet zo best op bij de gemiddelde Amerikaan. Grote delen van de bevolking zien volgens Krugman dat macht en rijkdom zich aan de top concentreren. De overgrote meerderheid steunt dan ook beleid om vermogensongelijkheid aan te pakken.

Van marketing naar politiek

Krugmans analyse sluit aan op eerdere artikelen die ik schreef: kunstmatige intelligentie is een door en door politieke en politiek-economische kwestie geworden. Niet alleen in de zin van: hoe stimuleert de overheid een bruisende AI-economie? Maar vooral ook omdat het mensen raakt in hun dagelijks leven, en schaarse middelen als ruimte, energie en baanzekerheid onder druk zet. Veel mensen vragen zich af: Wat heb ik hieraan? Wie heeft hier baat bij? Waarom gaat mijn energierekening omhoog? Waarom moet ik dit gebruiken?

Hoewel Krugmans analyse over de VS gaat, geldt de kern ook voor Europa: veel mensen oordelen negatief. Dat komt echt niet alleen door een gebrek aan informatie. Zelfs wie de technologie gebruikt, snapt en belangrijk vindt, kan gegronde redenen hebben om kritisch en sceptisch te zijn.

‘AI heeft geen marketingprobleem’, zei ook Nilay Patel, hoofdredacteur van het Amerikaanse technologiemedium *The Verge* en host van een populaire podcastshow. Het viel Patel op dat mensen uit de techindustrie echt niet lijken te begrijpen waar die weerstand vandaan komt. ‘Je kunt mensen niet weg-adverteren van hun eigen ervaringen.’

Het lijkt mij een risicovolle strategie om die zorgen niet écht serieus te nemen en ervan uit te gaan dat ze weg te poetsen zijn met betere communicatie en campagnes.

In de VS zorgde het datacenterprotest er in het eerste kwartaal van dit jaar al voor dat 75 datacenterprojecten – goed voor 130 miljard dollar – zijn uitgesteld of gecancelled.

Tegen dat scenario is geen blik verf opgewassen.

Dit artikel verschijnt ook in mijn tweewekelijkse nieuwsbrief over de mythes, de macht en de mogelijkheden van technologie. Schrijf je hier in!