// CONTENT CREATION EN AI DISCLOSURE: WEL/NIET?

// VINCENT L. ZOMER · 28 OKTOBER 2026

Ongeveer de helft van de nieuwe Engelstalige artikelen online is door AI geschreven. Graphite ziet dat aandeel sinds begin 2025 rond de helft liggen: in het eerste kwartaal van 2026 ging het om 49,9 procent. Wie in Google zoekt, ziet daar weinig van terug. In een eerder onderzoek van Graphite bleek 86 procent van de artikelen in de zoekresultaten door mensen geschreven. Zelfs de machine vertrouwt de mens meer.

In mijn vorige artikel beloofde ik terug te komen op de vraag wanneer je moet aangeven dat AI gebruikt is. Dat doe ik hier.

// HET LABEL

Als mensen niet weten dat iets AI-content is, waarderen ze het net zoveel als menselijke content. Totdat ze het weten. Kijk naar muziek. Deezer en Ipsos lieten 9.000 mensen in acht landen drie nummers horen, waarvan er twee volledig door AI gemaakt waren. 97 procent wist ze niet juist te herkennen.

Weten ze het wel, dan verandert er iets. Marketingonderzoeker Andrew Edelblum en student Joshua Poe ontdekten dat mensen AI-muziek binnen een minuut luisteren net zo goed vinden. Toch luisteren ze het minder snel terug en delen ze het minder. Bij geschreven tekst verdwijnt de afkeer zelfs niet: wie weet dat AI de auteur is, waardeert de tekst lager, ook nadat hij hem gelezen heeft.

// WAAROM HET WANTROUWEN ER IS

Het wantrouwen zit erin dat mensen ervaren hebben dat AI veel rommel kan genereren. Het woord AI is voor een deel besmet. Het is makkelijk om veel snelle content te maken, en dat zien we overal terug op het internet. Ook in afbeeldingen en video's. AI-slop is niet voor niets een veel gebezigd woord.

© 2026 VINCENT L. ZOMER

// HET DILEMMA

Dat levert een probleem op. Geef je aan dat er AI bij gebruikt is, dan vertrouwen mensen je minder. Dat zagen Oliver Schilke en Martin Reimann van de University of Arizona in dertien experimenten met ruim 5.000 deelnemers. Waarom zou je die disclosure dan geven?

Mijn grens ligt bij eenvoudig redactioneel werk, zoals spelling en grammatica. Heb ik AI alleen daarvoor gebruikt, dan hoef ik het niet te vermelden. Gaat het om meer, dan ben ik verplicht om het te melden, tegenover mezelf en tegenover mijn publiek. Het enige wat ik dan kan doen, is de nuance aanbrengen: dat de gedachten van mij komen, en aangeven hoe AI mij geholpen heeft. Bij mijn artikelen zet ik erbij dat AI me hielp met redigeren en sorteren, en met het omzetten van gesproken tekst naar lopende, levende tekst. Dat is wat anders dan wat in de volksmond onder AI-content valt: één vraag stellen en klaar. Mensen kunnen een disclosure wel zo lezen: het is met AI gemaakt, dus het heeft geen waarde. Maar het heeft wel waarde.

Dit artikel laat zien hoe moeilijk het is om die grens te trekken. De kernstelling "AI-gebruik is geen ja-of-nee-vraag maar een spectrum" heb ik gesmeed uit mijn eigen gedachten en visie. Claude vatte hem samen in één zin.

Of een disclosure me vertrouwen kost, is lastig te toetsen. Op mijn tweede artikel, met disclosure, kreeg ik een uitnodiging voor een radio-uitzending bij Stennis met Frank en Dennis op Noordkop247. Ze vonden het een interessant artikel en wilden er meer over weten.

De wet is er inmiddels ook. Sinds 2 augustus 2026 geldt artikel 50 van de Europese AI-verordening. Wie AI-tekst publiceert over onderwerpen van algemeen belang, moet melden dat die kunstmatig gemaakt is, tenzij een mens de tekst heeft gecontroleerd en er redactioneel verantwoordelijk voor is. Mijn visie komt daar grotendeels mee overeen. Ik ga verder, omdat het eerlijker is, zonder de nuance op te geven.

// DE GRIJZE ZONE

Soms is het lastig om te bepalen wat AI-geassisteerd is en wat door AI gegenereerd. De Groene Amsterdammer en Investico haalden 2.715 spreekteksten uit Kamerdebatten van 1 januari

tot en met 30 september 2026 door de AI-scanner Pangram. Bij 297 teksten, ongeveer 11 procent, was meer dan de helft door AI geschreven. In totaal spraken 68 Kamerleden zulke teksten uit.

Ik denk dat het genuanceerder ligt: dat het gaat om teksten die AI-geassisteerd zijn. De onderzoekers schrijven het zelf: "Wat gebruikers als input leveren in die chatbot, dat weten we natuurlijk niet." Het kan een tekst uit het niets zijn, of een speech die alleen is ingekort. Het vervelende is dat zo'n onderzoek wel een stempel drukt op hoe het door mensen ervaren wordt.

Het zou vreemd overkomen als een Kamerlid opent met de zin: "Voordat ik begin aan mijn betoog, wil ik opmerken dat ChatGPT een belangrijke bijdrage heeft geleverd." We mogen als maatschappij ook verwachten dat onze Kamerleden kritisch aan de inhoud hebben gewerkt. Welke tools ze hebben gebruikt om hun woorden beter te formuleren, is minder relevant.

Hier zit ook een dubbele standaard. Fracties hebben beleidsmedewerkers in dienst, en niemand vraagt een Kamerlid te melden wie er aan zijn tekst meeschreef. Je kunt je zelfs afvragen wie de AI gebruikt: de spreker zelf, of de tekstschrijver, met of zonder medeweten van de spreker.

// EEN LABEL MET TOELICHTING

Google voert een AI-watermerk door: SynthID, een onzichtbaar watermerk in beeld, video en audio die met Googles eigen AI gemaakt zijn. Ik vraag me af of dat helpt. Er kan slop gemaakt worden, maar je kunt ook de nodige invloed uitoefenen, waardoor het een stuk beter wordt. Een watermerk is de botte disclosure die je wilt vermijden. Je wilt onderscheid kunnen maken.

AI-wetenschapper Matt Kuperholz stelt in een TEDx-talk een open standaard voor, MORE (Machine OR Human), die alle content als machine of mens markeert: "No tag, no trust." Dat is een mooi uitgangspunt, maar de nuance gaat verloren als het zo zwart-wit is. Voedingsmiddelen hebben de Nutri-Score van A tot E, apparaten een energielabel van A tot G. Misschien moeten we naar zoiets toe, of in ieder geval naar een label met een

toelichting. Zo'n label met nuance werkt alleen als iedereen er eerlijk over is. Het is geen waterdicht systeem.

AI-gebruik is geen ja-of-nee-vraag maar een spectrum. Een watermerk of een kaal label laat alleen zien óf er AI bij zat, niet hoe het gebruikt is. Ik wil laten zien hoe het gebruikt is.

De modellen zijn beter geworden, waardoor het makkelijker is om goede content te genereren. Dat vraagt nog steeds om menselijke input, en die maakt het verschil. Mensen moeten zichtbaar de tijd nemen: een mens doet de laatste redactie, neemt altijd de eindbeslissing om wel of niet te publiceren en draagt daarna de verantwoording.

Voor ondernemers die AI voor hun content gebruiken: kijk kritisch naar wat je geleverd hebt. Is het echt van jou, of door AI gegenereerd? Wees eerlijk en open. Dezelfde onderzoekers uit Arizona zagen ook dat wie AI stil gebruikt en later betrapt wordt, het meeste vertrouwen verliest. Komt achteraf uit dat je je content met AI hebt gemaakt, dan levert dat meer problemen op dan wanneer je het meteen had gemeld.

Dit artikel is geschreven met hulp van Claude (Anthropic). De ideeën, standpunten en ervaringen zijn van mij. Claude werkte mijn ingesproken brainstorm uit tot tekst, vatte de kernstelling samen in één zin en hielp met structuur, bronnenonderzoek en redactie.

// BRONNEN

01 Graphite, AI Now Writes as Many Online Articles as Humans Do (update 15 mei 2026) https://graphite.io/five-percent/research/ai-now-writes-as-many-online-articles-as-humans-do

02 Graphite, How Does AI-Generated Content Perform in Search and Answer Engines? (14 oktober 2025) https://graphite.io/five-percent/ai-content-in-search-and-llms

03 Deezer en Ipsos, survey over AI-muziek (november 2025) https://newsroom-deezer.com/2025/11/deezer-ipsos-survey-ai-music/

04 University of Dayton, onderzoek van Edelblum en Poe naar AI-muziek (2026) https://udayton.edu/blogs/business/2026/26-music-ai-research.php

05 University of Arizona, onderzoek van Schilke en Reimann naar AI-disclosure en vertrouwen (2025) https://news.arizona.edu/employee-news/being-honest-about-using-ai-work-makes-people-trust-you-less-research-finds

06 Europese Commissie, FAQ transparantieverplichtingen artikel 50 AI-verordening
https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act

07 De Groene Amsterdammer en Investico, Onderzoeksverantwoording: AI in de Tweede Kamer (21 oktober 2026)
https://www.groene.nl/artikel/onderzoeksverantwoording-ai-in-de-tweede-kamer

08 NOS, Ook veel van wat er in de Tweede Kamer wordt gezegd komt van AI (oktober 2026)
https://nos.nl/artikel/2636031-ook-veel-van-wat-er-in-de-tweede-kamer-wordt-gezegd-komt-van-ai

09 Parlement.com, Fractie
https://www.parlement.com/id/vk8laqnniysv/fractie

10 SecurityBrief, Google expands AI content checks across Search and Chrome (mei 2026)
https://securitybrief.co.uk/story/google-expands-ai-content-checks-across-search-chrome

11 Matt Kuperholz, The evolution of AI: how we can solve for trust, TEDxSydney (juni 2025)
https://www.youtube.com/watch?v=rEpV9lE_EFo

12 NOS, Gezond of niet? Producten met label A, B, C, D of E in supermarktschappen
https://nos.nl/l/2300251

13 Your Europe, Energielabels
https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/energy-labels/index_nl.htm