Essay

Tekst: Ellen ter Gast

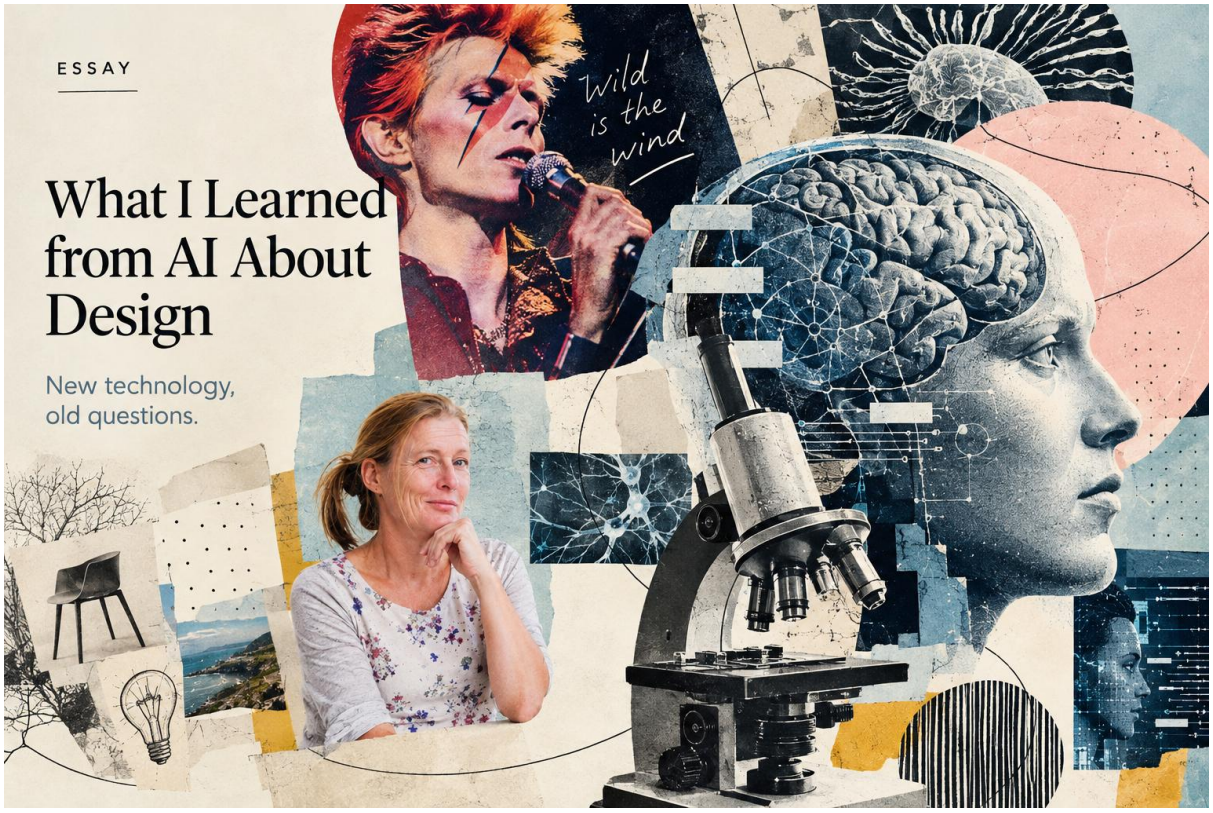
Jeroen Deckers (red.)
31 oktober 2026

DESIGNPLATFORM ROTTERDAM

Vanaf 1 januari 2026 omarmt Ellen ter Gast Designplatform Rotterdam met haar inzichten afkomstig uit de wereld van de neurowetenschappen en filosofie.

Reacties graag op: mail@dpfr.nl

+31 6 2422 7975



Beeld met dank aan Artificial Intelligence (AI)

Wat ik leerde over design door AI

AI is overal, en dat is natuurlijk ook in de media. Je hoort en leest dat AI de mensheid op een dag kan overnemen, zelfs elimineren. Dat enorme datacenters die AI aandrijven onze planeet kunnen vernietigen door hun vraatzucht, als die gestild wordt door energiecentrales die massaal CO_2 uitstoten of anderszins ellende veroorzaken. Dat een handjevol techbedrijven ongekende controle over ons leven kan krijgen.

Waar maken mensen in de creatieve industrie zich zorgen over?
Er wordt veel gesproken over de invloed van AI op design. Zal AI binnenkort serieus concurreren met menselijke ontwerpers? Doet het dat nu al? Kan AI ontwerp van goede kwaliteit maken? Worden ontwerpers uiteindelijk overbodig? Hoe kunnen AI en menselijke ontwerpers samenwerken op manieren die echt waardevol zijn? Welke invloed heeft het gebruik van AI-tools op onze eigen creatieve vaardigheden?

Dit zijn terechte vragen. Inmiddels is het wel duidelijk dat AI het ontwerpveld verandert. De vraag is niet meer óf AI design zal beïnvloeden, maar hóe.
Laten we uitvoerig stilstaan bij de vraag waar dit schadelijk is en waar niet.

Laten wij eerst enkele andere vragen stellen die fundamenteel zijn van aard:

- Wat gebeurt er eigenlijk als we ontwerpen?
- Hoe ontwerpt een mens, en hoe doen machines dat? Waar ligt het verschil?
- Wat is de essentie van een creatief proces?
- Wanneer noemen we een ontwerp geslaagd?
- Wat is origineel?

Laten we met die laatste vraag beginnen.
Ik dacht altijd dat originaliteit het grote verschil tussen mens en machine was. Alleen mensen kunnen echt iets nieuws bedenken, zo was mijn gedachte. AI kan hooguit knippen en plakken, combineren en eindeloos herhalen. Dat idee werd voor mij moeilijk vol te houden toen ik in juni 2024 het eerste AI Film Festival in Eye bezocht. Ik zag meer dan vijftien korte films. Sommige waren technisch indrukwekkend, andere vooral vreemd, ontroerend of grappig. Maar ik zag vooral beelden en verhalen die ik zelf nooit had kunnen bedenken. Wat me het meest verraste, was dat de films die zag niet simpelweg het resultaat waren van remixen of imiteren van bestaande films. Sommige films hadden vreemde associaties en wonderlijke beeldtalen die ik niet eerder had gezien. Ik vond ze origineel.
Dat was ongemakkelijk.
Want hoe kan een machine die alleen maar patronen verwerkt, kopieert en combineert, iets maken dat ik werkelijk vernieuwend vind?
Tja, wat bedoel ik, wat bedoelen we, eigenlijk met origineel. Als originaliteit betekent dat je iets produceert wat nog nooit eerder heeft bestaan, dan is AI daar inmiddels behoorlijk goed in. Maar misschien is originaliteit iets anders. Misschien

gaat het niet alleen om het produceren van iets nieuws, maar ook om het je ervan bewust te zijn dat je iets ziet dat er nog niet was en waardevol is. Waardevol omdat het iets positiefs toevoegt aan de wereld, omdat het een mooie ervaring oplevert, mensen ontroert of verrast, of misschien wel omdat een oplossing biedt voor een probleem.

Tijdens het AI Film Festival werd voor mij duidelijk dat de menselijke maker nog steeds een cruciale rol speelt in het ontwerp- of maakproces. Tijdens een paneldiscussie spraken nieuwe makers over de invloed van AI op het proces van film maken. Zij benadrukten twee zaken: aan de ene kant kan nu iedereen met weinig middelen een film maken, wat positief is, dure Hollywood-studio's zijn niet langer nodig. Aan de andere kant worden er wel heel veel films geproduceerd, en niet alles is van goede kwaliteit. Daardoor wordt de druk op makers om goede selecties te maken en hun werk te cureren steeds belangrijker. AI-filmmaker **Odair Faléco**, die in het panel zat op het AI Film Festival, legt het uit in zijn podcast zero1cast, waarin hij zichzelf een andere grote vraag stelt: 'wat is creativiteit?'

'Anyone can create anything, but not everyone is able to craft like orchestrate something meaningful than just creating a series of images. The professional filmmaker or photographer who works for 20 years in the field and some teenager who just started his creative career will create a very different output using AI.' 'They use the same tools, but they don't have the same abilities.' 'Human intention, talent and meaning are still behind the tool, prompting the AI, creating and editing the results, connecting all the dots.' (Faléco 2026).

De regisseur selecteert, stuurt, maakt keuzes en beslist uiteindelijk wat in de definitieve montage blijft. Zonder die menselijke regie zouden de films die ik op het AI Film Festival zag waarschijnlijk grotendeels betekenisloos zijn geweest. Het persoonlijke handschrift van de filmmaker blijft bepalend. Uiteindelijk is het de filmmaker die de film maakt, niet AI. AI is een gereedschap, geen schepper.

Ik sprak voor dit essay met een andere spreker in het panel, kunstenaar en creatief technoloog **Geoffrey Lilleman**. Hij bleek het hierover met mij eens te zijn.

Hij gebruikte het begrip 'slop' in de betekenis van ‘morsig of slordig’ in relatie tot AI.

'Slop is not necessarily a result of using AI, but more a lack of reflection and criticism on the output. Just because the output of AI is fast it doesn't mean we have to send it to print fast.' 'There are many ways of making sure that the output of AI aligns with your intention. Look at the output and read it. Reflect on what you see and ask yourself the question: "is this really me?" (Lilleman 2026).

Dat brengt me bij een andere, misschien nog wel ongemakkelijkere vraag:
Hoe origineel zijn menselijke ontwerpers eigenlijk?
Immers, geen enkele menselijke ontwerper begint met een leeg vel. We bouwen allemaal voort op wat anderen vóór ons hebben gemaakt. We lenen, combineren, variëren, citeren, imiteren en transformeren. Een idee ontstaat vrijwel nooit volledig in isolatie. Dat geldt voor design, maar ook voor kunst, mode en muziek. De grens tussen inspiratie en plagiaat is daarbij lang niet altijd helder. Wanneer is iets een creatieve verwerking van bestaand materiaal en wanneer is het simpelweg kopiëren? Wanneer spreken we van toe-eigening en wanneer van vernieuwing?
AI maakt die vragen urgenter, omdat generatieve systemen bestaand materiaal op ongekende schaal en snelheid kunnen combineren en transformeren. Maar het probleem zelf is niet nieuw.

Kijk bijvoorbeeld naar hedendaags *interieurdesign*. Open een willekeurig designmagazine en de kans is groot dat je vele pagina’s gevuld met dezelfde grijze en beige banken, strakke ruimtes, visgraatvloeren en betonnen keukens tegenkomt. Het is een stijl die overal terugkeert. In een artikel van Jannetje Koelewijn in NRC las ik over de man hierachter. Zij interviewt **Piet Boon**: *“…de aannemer en interieurontwerper die Nederland leerde houden van natuurtinten, in staal gezette deuren, het kookeiland en het los in de ruimte staande bad.”*
(Koelewijn, 2022).
Het succes van Boon laat zien dat een ontwerp helemaal niet origineel hoeft te zijn om breed gewaardeerd en commercieel succesvol te worden.

Ook in andere vormen van design is originaliteit betrekkelijk. Mode is voor een belangrijk deel kuddegedrag. Romans en televisieseries werken met herkenbare

formules. Blockbusters zijn vaak juist succesvol omdat ze voorspelbaar zijn: een duidelijke strijd tussen goed en kwaad, spectaculaire beelden en uiteindelijk een happy end.
Originaliteit hoeft dus bepaald niet de belangrijkste eigenschap te zijn van een goed, of succesvol ontwerp. Waarom hecht ik dan zoveel waarde aan dat begrip?

Misschien vanwege de waarde die ik hecht aan het allereerste ontwerp?
De term originaliteit verwijst ook naar het origineel, de bron, in tegenstelling tot een kopie. Is het eerste ontwerp, het origineel, altijd waardevoller dan de kopieën?
Niet altijd.
Dat werd voor mij duidelijk toen ik naar muziek luisterde. **Nina Simone** en **David Bowie** namen allebei *Wild Is the Wind* op. Beide versies bezorgen me kippenvel. Toen ik op zoek ging naar het origineel, ontdekte ik dat het nummer in 1957 werd geschreven door **Dimitri Tiomkin** en **Ned Washington** voor de gelijknamige film. Ik had nooit van Tiomkin en Washington gehoord. Ook niet van **Johnny Mathis**, die het nummer als eerste opnam. Via Spotify beluisterde ik ook zijn versie. Dat was bijzonder om te horen. Maar toch, de oorspronkelijke versie raakt mij minder dan die van Nina Simone. Ook Bowie werd geraakt door Simone. Zozeer dat hij als eerbetoon een eigen interpretatie van haar uitvoering in 1976 opnam op de plaat *Station to Station*. Het is een van mijn favoriete nummers. Dat is het ook voor Bowiefan en schrijver **Rand Richard Cooper**, die de bewerking van Bowie een 'masterpiece of mournful longing and desire" noemt (Cooper 2016). Ik ben het met hem eens.

Het mooie is dat iedere muzikale performance van dit nummer voortbouwt op een vorige en iets eigens toevoegt. Voor mij is de eerste versie niet automatisch de beste versie. De oorsprong van een muziekwerk bepaalt niet vanzelf de waarde ervan.
Geldt dat ook voor design en kunst?

Marcel Duchamp, **Jeff Koons** en **Damien Hirst** hebben allemaal gespeeld met de grens tussen origineel en bestaand materiaal, tussen kunst en toe-eigening. Hun werk is vernieuwend en origineel, maar niet noodzakelijk omdat zij iets maakten wat nog nooit eerder bestond. Hun originaliteit zit juist in wat ze kiezen, hoe ze bestaand materiaal inzetten en welke nieuwe betekenis ze eraan geven. Zoals

filosoof **Sherri Irvin** betoogt in haar analyse van appropriation art, hoeft auteurschap niet te berusten op het zelf vervaardigen van ieder onderdeel van een werk (Irvin 2005). Het kan juist liggen in de keuzes, doelstellingen en betekenis die een kunstenaar aan bestaand materiaal geeft.

Originaliteit betekent dus niet simpelweg: iets maken wat er nog niet was. Originaliteit kan ook betekenen: op een nieuwe manier kijken, combineren, selecteren, hercontextualiseren en betekenis geven aan wat er al is. Daarin waren deze kunstenaars zonder twijfel vernieuwend.
Een werk kan volledig nieuw zijn en toch banaal. Een ander werk kan sterk voortbouwen op bestaand materiaal en toch werkelijk iets toevoegen. Daarmee komen we bij een misschien veel belangrijkere vraag dan die naar originaliteit.

Wanneer noemen we een ontwerp geslaagd?
Een stoel is een goed ontwerp als hij mooi én comfortabel is. Een gebouw kan geslaagd zijn omdat het functioneel is, maar misschien ook omdat het onze zintuigen prikkelt of ons op een andere manier naar de wereld laat kijken. Muziek kan ons raken. En wanneer is een oplossing voor een maatschappelijk vraagstuk geslaagd? Als het probleem wordt opgelost? Of moet de oplossing ook rechtvaardig zijn?

Een ontwerp is dus nooit simpelweg goed of slecht. Wat als geslaagd wordt beschouwd, ontstaat in de relatie tussen het ontwerp en de mens die het bekijkt, gebruikt of ervaart.

Het verschil tussen mens en machine

Als originaliteit niet het beslissende onderscheid is tussen mens en machine, wat dan wel? Voor mij zijn persoonlijke ervaring, verbeeldingskracht, moreel bewustzijn, esthetisch oordeelvermogen en gevoel leidende motieven. Een mens kan ervaren wat hij of zij maakt. Een machine niet. Een mens heeft een lichaam, een geschiedenis, verlangens, herinneringen, verwachtingen en emoties. We kunnen ergens van houden, ons ergens aan ergeren, geraakt worden, twijfelen, ons

schamen of enthousiast worden. We kijken daarom nooit volledig objectief naar een ontwerp. We beoordelen het vanuit een geleefde ervaring.
AI kan overtuigend praten over gevoelens. Het kan patronen herkennen, verbanden leggen, varianten genereren en verrassende combinaties maken. Het kan zelfs iets produceren wat wij mooi, ontroerend of briljant vinden. Maar AI voelt daar zelf niets bij. Het heeft geen lichaam, geen herinneringen, geen verlangens en geen doorleefde ervaring van de wereld. Dat roept voor mij de volgende filosofische vraag op:
Kan iets een geslaagd ontwerp zijn als de maker zelf niet kan ervaren waarom het geslaagd is?

Een ontwerp krijgt zijn betekenis immers niet uitsluitend bij de maker. Het wordt pas werkelijk iets wanneer iemand ermee in aanraking komt: wanneer iemand ernaar kijkt, het gebruikt, erin woont, het aantrekt of erdoor geraakt wordt. De Duitse filosoof **Hans-Georg Gadamer** gebruikt hiervoor het begrip *Wirkungsgeschichte* (Gadamer, 1960). Kort gezegd luidt zijn stelling dat je een kunstwerk of tekst nooit vanuit een neutraal, tijdloos perspectief kunt begrijpen. Je eigen historische achtergrond werkt mee in wat je erin ziet.
Bijvoorbeeld: als jij vandaag naar een werk van Duchamp kijkt, zie je dat anders dan iemand in 1917. Jij kent de geschiedenis van conceptuele kunst, ready-mades, de discussie over wat kunst is, enzovoort. Die geschiedenis werkt door in jouw interpretatie. Je neemt die historische bagage mee, meestal zonder dat je je daar volledig bewust van bent. Maar het werkt ook de andere kant op: het kunstwerk kan jouw bestaande verwachtingen veranderen. Er ontstaat een soort wisselwerking tussen werk en toeschouwer.

In andere woorden: een ontwerp heeft geen betekenis die volledig in het ontwerp zelf besloten ligt. De betekenis ontstaat in de ontmoeting tussen het ontwerp en degene die het ervaart. Maar die ervaring is nooit neutraal: wat wij mooi, vernieuwend of geslaagd vinden, wordt mede bepaald door onze eigen historische en culturele horizon.

AI kan voorspellen welke ontwerpen mensen waarschijnlijk mooi of aantrekkelijk vinden, maar het heeft zelf geen Wirkungsgeschichte in de menselijke betekenis

van het woord. Het heeft geen geleefde geschiedenis van ervaringen waaruit het een ontwerp tegemoet treedt.

Van maken naar beoordelen

De menselijke ontwerper doet veel meer dan alleen een eindproduct produceren. Tijdens het ontwerpproces worden voortdurend keuzes gemaakt: wat moet behouden blijven, wat moet weg, welke richting is interessant, wat voelt verkeerd, wat past bij de gebruiker, wat is ethisch verantwoord en wanneer is de esthetiek goed genoeg?

Ted Chiang benadrukt in zijn essay *Why A.I. Isn't Going to Make Art* het belang van keuze, bedoeling en betekenis in het creatieve proces.
"Art is notoriously hard to define, and so are the differences between good art and bad art. But let me offer a generalization: art is something that results from making a lot of choices" (Chiang, 2023).

Elizabeth Goodspeed maakt in haar werk over design en AI een vergelijkbaar punt: naarmate technische vaardigheden toegankelijker worden, wordt het minder belangrijk of je iets kunt maken en belangrijker of je kunt bepalen wat goed is. Ze heeft het over het belang van smaak, het gebrek eraan en het belang ervan.
"Taste is what enables designers to navigate the vast sea of possibilities that technology and global connectivity afford, and to then select and combine these elements in ways that, ideally, result in interesting, unique work" (Goodspeed, 2021).

Dat lijkt mij de werkelijke verschuiving die AI in design veroorzaakt. AI maakt het steeds gemakkelijker om beelden, teksten, objecten en varianten te produceren. Daardoor worden we overspoeld door mogelijkheden. Als vrijwel alles gemaakt kan worden, wordt het vermogen om te selecteren, te beoordelen en betekenis te geven belangrijker dan ooit. De rol van de ontwerper verschuift daarmee steeds meer van maken naar beoordelen.

Dit beoordelingsvermogen is meer dan een kwestie van persoonlijke smaak, in de zin van de betwistbare stelling *'over smaak valt niet te twisten'*. Smaak is iets dat je

als persoon ontwikkelt; voortdurend in beweging is onder invloed van krachten en tegenkrachten. Vandaar dat daar nu juist prima over te twisten valt. Graag zelfs. Doen machines dit ook?
Smaak is volgens Goodspeed het resultaat van een ingrijpend proces. Ze schrijft: *"Developing taste is not so unlike going to therapy; it's an inefficient, time-consuming process that mostly entails looking inward and identifying whatever already moves you. It's the product of devouring ideas, images and pieces of culture not because someone you respect likes them, but because you simply can't look away. Developing taste is an exercise in vulnerability: it requires you to trust your instincts and preferences, even when they don't align with current trends or the tastes of your peers"* (Ibid).

Daar zou ik aan willen toevoegen dat 'goede smaak' niet alleen draait om esthetica. Het gaat ook om ethiek. Een ontwerper moet niet alleen te zien wat aantrekkelijk of vernieuwend is, maar ook wat betekenisvol, wenselijk en verantwoord is. Dat vraagt om levenservaring, verbeeldingskracht, empathie, compassie, contextgevoel en moreel oordeelsvermogen.
AI kan beelden maken, teksten genereren, varianten produceren, patronen herkennen en ideeën combineren. Maar AI heeft geen smaak. AI heeft eigen reden om voor het ene ontwerp boven het andere te kiezen. Het kan mogelijkheden produceren, maar niet zelf bepalen welke daarvan ertoe doen. Alleen een mens kan zich afvragen: waarom hebben we dit eigenlijk nodig? Voor wie? Wat voegt het toe? En wat zijn de gevolgen?

Epiloog: De toekomst van design: kiezen in een wereld vol groeiende mogelijkheden?
Machines zijn misschien niet origineel. Maar de meeste mensen zijn dat evenmin. Het verschil tussen mens en machine zit niet in het vermogen om iets nieuws te produceren. Ook de oorsprong van een idee is niet heilig. Een ontwerp hoeft niet uit het niets te ontstaan om bijzonder of waardevol te zijn. Een goed ontwerp kan in de loop der jaren beter worden omdat anderen er iets aan toevoegen.
De essentie van ontwerpen zit ergens anders: in het vermogen om te ervaren, te beoordelen en verantwoordelijkheid te nemen.

Nu AI steeds meer en steeds 'betere' ontwerpen kan produceren, wordt het vinden van het antwoord op de vraag 'waarom we iets willen maken' de belangrijkste ontwerpopgave.
De toekomst van design is wat mij betreft daarom geen strijd tussen mens en machine. Het gaat erom dat wanneer machines steeds beter worden in maken, mensen steeds beter moeten leren kiezen. Niet alleen op basis van wat technisch mogelijk is, maar nog meer op basis van wat maatschappelijk betekenis heeft, ethisch verantwoord is en ook nog eens esthetisch overtuigt.

Dit lijkt mij de belangrijkste menselijke ontwerpvaardigheid in het AI-tijdperk: niet het vermogen om iets te maken, maar het vermogen om te bepalen wat het waard is om gemaakt te worden.

Een persoonlijke noot over AI, mijn eindredacteur en dit essay
Voor het schrijven van dit essay heb ik uitgebreid gebruikgemaakt van AI, zowel **Mistral Vibe** (voorheen LeChat) als **ChatGPT**. Ik dicteer de meeste van mijn teksten in **Word**, dat daar vervolgens een nogal eigenaardige fonetische versie van maakt van wat ik daadwerkelijk heb gezegd. Die taalkundige soep voer ik vervolgens aan ChatGPT, met de vraag om er weer fatsoenlijke zinnen van te maken. Daarna volgt een gestage stroom van opdrachten, voorbeelden, argumenten en ideeën die ik in het essay wil verwerken.
Ik vermoed dan ook dat, als je dit essay door een AI-detector haalt, de uitslag zomaar 100% AI-gegenereerd kan zijn.

Niets is minder waar.

AI is niet de auteur van dit essay. Dat ben ik. De tekst is van mij. Ook mijn eindredacteur **Jeroen Deckers** heeft eraan geschaafd, gezellig! De argumenten zijn integraal van mij. De vragen zijn van mij. De ideeën zijn van mij.

AI & Jeroen hebben mij samen geholpen met structureren, formuleren, vertalen, aanscherpen en af en toe met het redden van een zin die ernstig te lijden had gehad onder mijn dicteerdrift. AI & Jeroen zijn voor mij niets minder dan zeer geduldige

en geavanceerde tekstverwerkers, die er nooit genoeg van krijgen om te horen: “Nee, dat is niet helemaal wat ik bedoel. Probeer het nog eens.”
Kom daar maar eens om!

Volgende pagina: **Bronnenlijst**

Bronnenlijst

Faléco O. (2026) zero1cast episode #13 What is creativity? https://open.spotify.com/episode/2h476qiHVBUa9JWn7RLDv3?si=DsriWe0ZT7i2PmJg-LpRCA
Koelewijn, R. (2022, 15 januari). Piet Boon: de man die Nederland leerde houden van grijze banken en betonnen keukens. NRC. https://www.nrc.nl
Irvin S 2005 Appropriation and Authorship in Contemporary Art British Journal of Aesthetics 123-137.
Cooper, R. R. (2016) Commonweal Magazine. (z.d.). Changes: David Bowie, Nina Simone, and the legacy of "Wild Is the Wind". Commonweal Magazine. https://www.commonwealmagazine.org/changes
Chiang, T. (2023). Why A.I. Isn’t Going to Make Art. The New Yorker. https://www.newyorker.com
Gadamer, H.-G. (1960). Wahrheit und Methode
Goodspeed, E. (2021). Design and the Question of AI. Journal of Design and Culture, 13(2), 145-162.



Ellen ter Gast:

Opgeleid als medisch bioloog en filosoof, met een achtergrond in de neurowetenschappen en hermeneutiek, behaalde zij haar PhD-kwalificatie in de bio-filosofie met onderzoek naar de genetisch gemodificeerde muis. Dat onderzoek bracht haar in de wereld van kunst en cultuur, waar haar nieuwsgierigheid naar de ontmoeting tussen wetenschap, kunst en samenleving haar regelmatig de rol van moderator en soms die van activist oplevert.