RECOGNITION ENGINEERING FOR AI

Recognition Engineering for AI onderzoekt hoe organisaties AI kunnen inzetten zonder herkenbaarheid, geheugenstructuren en Recognition Capital te verliezen.

Get Square Design

SD-WP-020
RECOGNITION ENGINEERING FOR AI
Waarom AI geen creatieve tool is maar een herkenningsvermenigvuldiger
Versie 1.0
Square Design Knowledge Repository (SDKR)
Classificatie: [EFP-C] Framework Model
[EFP-B] Strategische Hypothese
Status: Experimental Whitepaper Base

Waarom dit document bestaat

Geen enkele ontwikkeling heeft de communicatiewereld de afgelopen jaren sneller veranderd dan kunstmatige intelligentie. Organisaties beschikken voor het eerst over systemen die teksten kunnen schrijven, beelden kunnen genereren, presentaties kunnen produceren en complete kennisomgevingen kunnen ondersteunen. Taken die voorheen dagen of weken kostten kunnen tegenwoordig binnen enkele minuten worden uitgevoerd.

Deze ontwikkeling creëert enorme kansen.

Tegelijkertijd introduceert zij een nieuw probleem.

Voor het eerst kunnen organisaties meer communicatie produceren dan zij kunnen controleren.
Veel bedrijven investeren daarom in AI-productiviteit zonder eerst een fundamentele vraag te beantwoorden:

Wat gebeurt er met herkenbaarheid wanneer communicatie vrijwel onbeperkt wordt geproduceerd?

Recognition Engineering onderzoekt precies dit vraagstuk.

Deze whitepaper beschrijft hoe AI invloed heeft op herkenning, geheugen, consistentie en Recognition Capital. Daarnaast introduceert het document een bestuurlijk kader waarmee organisaties AI kunnen inzetten zonder hun herkenningsstructuur te verliezen.

MANAGEMENT ABSTRACT

Recognition Engineering beschouwt AI niet als een creatieve tool. Het framework beschouwt AI als een multiplier. AI vergroot bestaande systemen. Sterke herkenningssystemen worden sterker. Zwakke herkenningssystemen worden sneller zwak. Dit uitgangspunt vormt de basis van het volledige AI-model binnen Recognition Engineering.

De whitepaper introduceert verschillende nieuwe begrippen, waaronder AI Recognition Drift, Anchor Drift, Terminology Drift, Knowledge Drift en Brand DNA. Daarnaast introduceert het framework de AI Consistency Chain (ACC), de AI Brand Stability Score (ABS) en het AI Validation Protocol (AIVP).

Deze modellen maken zichtbaar hoe AI bestaande herkenningsstructuren ondersteunt of juist ondermijnt.

Recognition Engineering concludeert dat AI geen bedreiging vormt voor herkenbaarheid wanneer governance aanwezig is. Zonder governance kan AI echter uitgroeien tot één van de grootste bronnen van Recognition Erosion.

Sterk systeem + AI = Sterker systeem

Zwak systeem + AI = Sneller verval

OPEN AI
>
GUIDED AI
>
GOVERNED AI

KEY INSIGHTS

KEY INSIGHT 01

AI versterkt bestaande systemen. AI creëert geen herkenning. AI versterkt bestaande herkenning en vergroot strategie.

KEY INSIGHT 02

Sterke herkenningsstructuren profiteren van AI.

Get Square Design

KEY INSIGHT 03

Zwakke herkenningsstructuren versnellen hun erosie door AI.

KEY INSIGHT 04

Brand DNA vormt de basis van AI-governance.

KEY INSIGHT 05

AI vraagt niet om meer creativiteit.

AI vraagt om meer governance.

HET AI RECOGNITION PROBLEM

- Traditionele merkdragers veranderen relatief langzaam.
- Een website wordt enkele keren per jaar aangepast.
- Een voertuig blijft vaak jarenlang hetzelfde.
- Een huisstijl ontwikkelt zich meestal geleidelijk.
- AI verandert dit ritme volledig.

Voor het eerst kunnen organisaties dagelijks tientallen nieuwe uitingen produceren. Sterker nog, veel organisaties beschikken inmiddels over de technische mogelijkheid om per dag meer content te genereren dan voorheen per maand werd gemaakt.

Deze versnelling creëert een nieuw probleem. De snelheid waarmee communicatie ontstaat is groter geworden dan de snelheid waarmee herkenning wordt beheerd. Recognition Engineering noemt dit: The AI Recognition Problem. Het probleem ontstaat niet omdat AI slechte content produceert. Het probleem ontstaat omdat AI meer variatie kan produceren dan een herkenningssysteem kan absorberen.

WAT IS AI RECOGNITION DRIFT?

Recognition Engineering definieert AI Recognition Drift als:

"De geleidelijke afwijking van herkenningsstructuren die ontstaat wanneer AI-systemen zelfstandig nieuwe merkuitingen genereren."

Belangrijk binnen deze definitie is het woord geleidelijk. Net als Recognition Erosion ontstaat ook AI Recognition Drift meestal niet door één grote fout. In plaats daarvan ontstaan kleine afwijkingen die zich langzaam opstapelen.

- Een afbeelding gebruikt andere kleuren.
- Een artikel gebruikt nieuwe terminologie.
- Een presentatie introduceert afwijkende visuele structuren.
- Een AI-chat produceert inconsistent taalgebruik.

Op zichzelf lijken deze afwijkingen onbelangrijk.
Gezamenlijk kunnen zij echter een sterk herkenningssysteem aantasten.

WAAROM AI FUNDAMENTEEL ANDERS IS

Elektronische hulpmiddelen uit het verleden volgden meestal vaste instructies. Een grafisch ontwerper werkte binnen duidelijke richtlijnen. Een webdesigner werkte vanuit bestaande merkregels. Een drukker reproduceerde aangeleverde bestanden.

- AI werkt anders.
- AI werkt vanuit waarschijnlijkheden.
- Het systeem probeert een opdracht uit te voeren op basis van patronen die het geleerd heeft.
- Het primaire doel van AI is taakuitvoering.
- Niet merkbescherming.
- Niet herkenbaarheid.
- Niet geheugenbehoud.

Daardoor ontstaat een fundamenteel verschil tussen menselijke merkbewaking en AI-productie.
Waar mensen vaak vanuit het merk denken, denkt AI vanuit de opdracht.
Juist daarom ontstaat behoefte aan aanvullende governance.

DE VIER VORMEN VAN AI-EROSIE

Recognition Engineering onderscheidt vier primaire risico's.

1. De eerste vorm is Style Drift. Hierbij verandert de visuele stijl geleidelijk. Nieuwe illustraties, afwijkende fotografie, andere composities of subtiele kleurverschuivingen kunnen ervoor zorgen dat een organisatie steeds minder als hetzelfde merk wordt ervaren.
2. De tweede vorm is Anchor Drift. In deze situatie verliezen bestaande Memory Anchors hun kracht. Kleurstructuren vervagen, iconografie verandert of herkenbare patronen worden vervangen door nieuwe alternatieven.
3. De derde vorm is Terminology Drift. AI introduceert nieuwe woorden, nieuwe formuleringen of alternatieve begrippen. Juist voor organisaties die werken met eigen frameworks, modellen en methodologieën vormt dit een belangrijk risico. Wanneer terminologie verandert, verandert vaak ook de herkenningsstructuur van kennis.
4. De vierde vorm is Knowledge Drift. Hierbij ontstaat inhoudelijke afwijking binnen kennismodellen, definities of frameworks. Nieuwe teksten volgen niet langer dezelfde logica als eerdere publicaties. Hierdoor ontstaat fragmentatie binnen het kennisstelsel zelf.

Samen vormen deze vier risico's het grootste herkenningsvraagstuk van AI-gedreven communicatie.

AI ALS HERKENNINGSVERSTERKER

Veel discussies over AI focussen op risico's. Recognition Engineering beschouwt dat als een onvolledig beeld. AI kan namelijk ook herkenning versterken. Wanneer een organisatie beschikt over een sterk herkenningssysteem kunnen AI-tools helpen om bestaande structuren sneller te verspreiden. Consistente terminologie kan vaker worden gebruikt. Kennisobjecten kunnen sneller worden ontwikkeld. Herkenningsankers kunnen efficiënter worden toegepast. In zo'n situatie functioneert AI als een versterker van Recognition Capital. Het verschil tussen succes en mislukking ligt niet in de AI zelf. Het verschil ligt in de kwaliteit van het systeem dat door AI wordt versterkt.

BRAND DNA

Om AI bestuurbaar te maken introduceert Recognition Engineering het concept Brand DNA.
Brand DNA vormt de minimale set herkenningsregels die noodzakelijk is om een merk herkenbaar te houden.
Het bestaat uit de elementen die niet mogen veranderen wanneer nieuwe communicatie wordt geproduceerd.
Voorbeelden zijn:
- kleurstructuren
- typografie
- terminologie
- kernbegrippen
- frameworks
- herkenningsprincipes
- gedragspatronen

Brand DNA fungeert als het herkenningsreferentiepunt van de organisatie. AI mag variëren. Brand DNA mag niet variëren.
Dit onderscheid vormt de basis van duurzame AI-governance.

DE AI CONSISTENCY CHAIN

Get Square Design

Recognition Engineering introduceert de AI Consistency Chain als controlemodel voor AI-uitingen.
De keten bestaat uit zes onderdelen die gezamenlijk bepalen of AI-content herkenbaar blijft.

- Visual Consistency onderzoekt of dezelfde visuele taal behouden blijft.
- Colour Consistency onderzoekt of kleurstructuren herkenbaar blijven.
- Terminology Consistency onderzoekt of dezelfde begrippen worden gebruikt.
- Knowledge Consistency onderzoekt of AI dezelfde frameworklogica blijft volgen.
- Behavioral Consistency onderzoekt of de herkenbare stijl van communiceren behouden blijft.
- Recognition Consistency onderzoekt uiteindelijk of de totale uiting nog steeds als hetzelfde merk wordt ervaren.

De Consistency Chain fungeert als een controlelaag tussen productie en publicatie.

AI BRAND STABILITY

Omdat herkenningsstabiliteit steeds belangrijker wordt introduceert Recognition Engineering de AI Brand Stability Score. Deze score maakt zichtbaar hoe stabiel een organisatie blijft functioneren binnen AI-gestuurde productieomgevingen. Het model combineert verschillende factoren zoals visuele consistentie, terminologische consistentie, kennisconsistentie, governance en validatie. Het doel van ABS is niet het meten van creativiteit. Het doel is het meten van herkenningsstabiliteit. Daardoor ontstaat voor organisaties een methode om de impact van AI meetbaar te maken.

AI GOVERNANCE

Veel organisaties proberen AI te beheren met richtlijnen. Recognition Engineering gaat verder. Het framework introduceert AI Governance als bestuurlijke laag boven AI-gebruik. Governance bepaalt:

- wie AI mag gebruiken
- welke systemen worden gebruikt
- welke regels gelden
- hoe validatie plaatsvindt
- hoe afwijkingen worden gecorrigeerd

Zonder governance ontstaat vrijwel altijd versnippering. Met governance ontstaat controle. Recognition Engineering beschouwt governance daarom als belangrijker dan technologie.

OPEN AI, GUIDED AI EN GOVERNED AI

Binnen Recognition Engineering worden drie niveaus onderscheiden. Open AI beschrijft situaties waarin medewerkers vrij experimenteren zonder centrale richtlijnen. Creativiteit is hoog, maar ook het erosierisico is hoog. Guided AI introduceert basisrichtlijnen. Hierdoor ontstaat meer consistentie, maar blijft interpretatieruimte bestaan. Governed AI vertegenwoordigt het hoogste niveau. Organisaties beschikken over Brand DNA, validatieprocessen, centrale bibliotheken en herkenningsgovernance. Hierdoor blijft AI-productie binnen vooraf vastgestelde grenzen functioneren. Recognition Engineering beschouwt Governed AI als het meest duurzame model.

HET AI VALIDATION PROTOCOL

AI-productie zonder validatie vormt volgens Recognition Engineering een structureel risico. Daarom introduceert het framework een AI Validation Protocol. Validatie begint altijd bij Brand DNA. Nieuwe uitingen worden beoordeeld op herkenningsankers, terminologie en kennisstructuur. Vervolgens wordt gecontroleerd of frameworks, modellen en begrippen consistent zijn toegepast. Pas daarna wordt publicatie overwogen. Deze aanpak creëert een filter tussen AI-productie en publieke communicatie.

- Het doel is niet het beperken van AI.
- Het doel is het beschermen van herkenbaarheid.

AI EN KENNISSYSTEMEN

Voor organisaties die werken met kennisomgevingen wordt AI nog belangrijker.

- Whitepapers.
- Frameworks.
- Protocollen.
- Scoremodellen.
- Kennisbanken.

Al deze onderdelen functioneren binnen Recognition Engineering als Framework Anchors. Wanneer AI dergelijke kennisstructuren versterkt ontstaat een krachtiger kennisnetwerk. Wanneer AI deze structuren vervormt ontstaat Knowledge Drift.

Daardoor verschuift de rol van AI van contenttool naar kennisinfrastructuur. Dit is bijzonder relevant voor organisaties die werken volgens KAP en Knowledge Authority Platform-strategieën.

Get Square Design

DE TOEKOMST VAN AI EN HERKENNING

Recognition Engineering verwacht dat AI de hoeveelheid communicatie exponentieel zal vergroten. Daardoor wordt onderscheid niet langer bepaald door productiesnelheid. Iedere organisatie zal kunnen produceren. Niet iedere organisatie zal herkenbaar blijven.

Het werkelijke concurrentievoordeel verschuift daarom naar:
- herkenning
- consistentie
- governance
- kennisstructuren
- Recognition Capital

De organisaties die deze factoren beheersen zullen AI gebruiken als versneller van herkenning. De organisaties die dat niet doen zullen AI gebruiken als versneller van erosie.

CONCLUSIE

Recognition Engineering beschouwt AI niet als creatieve vervanging van mensen. Het framework beschouwt AI als een multiplier van bestaande systemen. Wanneer herkenning sterk georganiseerd is, versterkt AI die herkenning. Wanneer herkenning zwak georganiseerd is, versnelt AI het verval van herkenningsstructuren. Daarom draait succesvolle AI-adoptie uiteindelijk niet om technologie. Succesvolle AI-adoptie draait om herkenning. De belangrijkste vraag luidt hierdoor niet: Kunnen organisaties AI gebruiken? De belangrijkste vraag luidt: Kunnen organisaties herkenbaar blijven terwijl zij AI gebruiken? Recognition Engineering biedt een kader om precies die vraag te beantwoorden.

EFP-CLASSIFICATIE

Primaire classificatie

[EFP-C]
Framework Model

Secundaire classificatie

[EFP-B]
Strategische Hypothese

GERELATEERDE FRAMEWORKS

- Recognition Engineering
- Recognition Erosion
- Memory Anchors
- Brand Memory Systems
- Recognition Governance
- KAP
- Knowledge Authority Platform

OVER DE AUTEUR

Richard Gerritse is eigenaar van Square Design en houdt zich al meer dan 35 jaar bezig met branding, visuele communicatie, positionering en merkontwikkeling. Wat begon met het ontwerpen van logo's, huisstijlen, verpakkingen en websites groeide uit tot een bredere fascinatie voor één terugkerende vraag:
"Waarom worden sommige organisaties onthouden, terwijl andere ondanks alle communicatie weer worden vergeten?"

Die vraag loopt als een rode draad door zijn werk. Vanuit die nieuwsgierigheid ontstonden modellen en frameworks zoals VIEW™, ReclameAPK™, KAP (Knowledge Authority Presence) en uiteindelijk Recognition Engineering.
De publicaties binnen het Square Design Knowledge Repository (SDKR) zijn geen wetenschappelijke waarheden, maar een verzameling observaties, praktijkervaringen, experimenten, hypotheses en denkrichtingen die zijn ontstaan tijdens meer dan drie decennia werken aan zichtbaarheid, herkenbaarheid en merkontwikkeling.

Richard noemt zichzelf soms gekscherend tijdelijk Formule 1-coureur. Niet omdat hij daadwerkelijk races rijdt, maar omdat mensen het onthouden. En precies daar gaat veel van zijn werk over.

Get Square Design

DISCLAIMER, KENNISSTATUS EN AI-DISCLOSURE

Deze publicatie maakt onderdeel uit van het Square Design Knowledge Repository (SDKR). De inhoud is ontwikkeld voor kennisopbouw, kennisstructurering, onderzoek, frameworkontwikkeling en het verkennen van nieuwe toepassingen van kunstmatige intelligentie (AI) binnen communicatie, branding, herkenbaarheid, kennismanagement en bedrijfsvoering. Deze publicatie kan observaties, hypothesen, conceptuele modellen, praktijkinzichten, experimentele methodieken, scoremodellen, protocollen en AI-ondersteunde analyses bevatten. Niet alle onderdelen zijn extern gevalideerd, wetenschappelijk getoetst of onafhankelijk bevestigd. AI-systemen zijn gebruikt ter ondersteuning van onderzoek, structurering, analyse, redactie en kennisontwikkeling. Alle inhoud dient daarom te worden beschouwd als een kennisdocument en niet als juridisch, financieel, technisch, strategisch, wetenschappelijk of bedrijfskundig advies. Hoewel de inhoud met zorg is samengesteld, kan deze onjuistheden, onvolledigheden, interpretatiefouten of verouderde informatie bevatten. Aan de inhoud kunnen geen rechten worden ontleend. Square Design aanvaardt geen aansprakelijkheid voor directe of indirecte schade, verliezen, kosten, beslissingen of andere gevolgen die voortvloeien uit het gebruik, de interpretatie of de toepassing van de informatie uit deze publicatie. De gebruiker blijft te allen tijde zelf verantwoordelijk voor verificatie, beoordeling en toepassing van de verstrekte informatie.

Whitepapers:

www.squaredesign.nl/whitepapers/01-Framework-voor-herkenbaarheid.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/02-Herkenbaarheid.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/03-Recognition-Problem.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/04-Recognition-Engineering.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/05-Recognition-Radius.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/06-Recognition-Velocity.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/07-Recognition-Erosion.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/08-Memory-Anchors.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/09-Brand-Memory-System.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/10-Recognition-Economics.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/11-Recognition-Architecture.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/12-Recognition-Maturity-Model.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/13-Recognition-Audit-System.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/14-Recognition-Score-Model.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/15-Recognition-Engineering.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/16-Cases.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/17-Toepassing-op-websites.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/18-Toepassing-op-branding.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/19-Toepassing-op-wagenpark.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/20-Toepassing-op-AI.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/21-Toekomstvisie.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/22-EFP-Classificatie.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/23-Begrippenlijst.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/24-Bijlagen.pdf

PRAKTIJKVOORBEELD

Get Square Design

AI RECOGNITION DRIFT

Situatie
Een installatiebedrijf gebruikt AI om social media, blogs, offertes en presentaties te produceren. Aanvankelijk volgt het systeem de bestaande merkstijl. Na enkele maanden ontstaan kleine afwijkingen.

STYLE DRIFT

Oorspronkelijk
- vaste fotografie
- herkenbare kleurstelling
- consistente vormtaal

Na verloop van tijd
- verschillende illustratiestijlen
- wisselende beeldcomposities
- variaties in kleurgebruik

TERMINOLOGY DRIFT

Oorspronkelijk
- vaste merktermen
- vaste dienstomschrijvingen

Na verloop van tijd
- nieuwe termen
- wisselende benamingen
- inconsistente beschrijvingen

KNOWLEDGE DRIFT

Oorspronkelijk
- één vaste werkwijze
- één kennisstructuur

Na verloop van tijd
- tegenstrijdige uitleg
- andere definities
- afwijkende interpretaties

RESULTAAT

- Meer content.
- Minder herkenning.
- Meer productie.
- Minder consistentie.

De organisatie communiceert vaker, maar versterkt bestaande geheugenstructuren steeds minder.