

Kunstmatige intelligentie is meer toegepast in beroepen door bedrijven en individuen. De effecten binnen de uitkeringen zijn echter zowel voorstelbaar als onvoorspelbaar. Seksuele discriminatie op het werk is ook een omstreden onderwerp.

INLEIDING

De definitie van seksuele discriminatie zou een vorm van discriminatie kunnen zijn dat een persoon anders of ongelijk wordt behandeld vanwege zijn geslacht/geslacht. Hoewel volgens de federale wetgeving discriminatie op grond van geslacht op het werk illegaal is, komt dergelijke discriminatie nog steeds voor op het werkveld en is het altijd verborgen gebleven onder de norm.

HET EFFECT VAN AUTOMATISERING

Hoewel de wereld wordt geconfronteerd met een ongekende groei in zowel banen als economie, heeft automatisering nog steeds een groot potentieel om tal van banen te vervangen, en vooral die technologieën zijn repetitief en hebben in vergelijking daarmee weinig menselijke interactie. De automatiseringskosten zouden ook een van de overwegingen zijn. Een meerderheid van de werknemers met voorspelbare taken en activiteiten zou dus een hoog vervangingspercentage hebben. Hoe gaat het zich dan verhouden tot discriminatie op grond van geslacht.

DE IMPACT VAN BIG DATA

Big data-analyse en algoritmen zouden ook van invloed zijn op discriminatie in beroepen, het zou het traditionele wervingsproces kunnen omdraaien. Omdat de applicatie is gebaseerd op het verzamelen van big data. Als een AI-toepassing wordt getraind op biasgegevens, zijn de algoritmen waarschijnlijk vertekend. Een goed cijfer, school of capaciteiten zouden niet alleen de enige maatstaf zijn. In de inhoud van het verzamelen van meer soorten gegevens, zouden de metadata van de sociale media-inhoud, familieleden, alles wat op afstand relevant is, allemaal een tweesnijdend zwaard zijn.

IMPACT VAN ALGORITMEN

Algoritmen kunnen leiden tot gendervooroordelen. Wanneer we zoeken naar «CEO» op Google, levert het overweldigend mannelijke afbeeldingen op, we zeggen tegen onszelf dat Google ons gewoon de wereld weerspiegelt « een wereld waar discriminatie bestaat». Wij zijn van mening dat de Google-bots die het web doorzoeken kleuren- en genderblind zijn. We vertrouwen op de algoritmen dat het beantwoorden van onze zoekopdrachten objectiever is dan mensen.

Een onderzoek gebruikt gegevens van een veldtest van een advertentie die bedoeld was om vacatures en opleidingen in

STEM te promoten.

De advertentie was bedoeld om genderneutraal te zijn en was neutraal getarget. Deze advertentie is getest in 191 landen over de hele wereld.

SUGGESTIE

Bedrijven moeten investeren in opleiding en omscholing, en mogelijk voorzien in opleidings- en stageprogramma's voor vrouwen. Bedrijven en de overheid zouden ook kunnen overwegen om herscholingsmogelijkheden te overwegen voor vrouwen in het midden van hun carrière of vrouwen die weer aan het werk gaan. Bedrijven moeten transitiekosten, overheids- of bedrijfsomscholingssubsidies subsidiëren voor specifieke beroepen en sectoren.

CONCLUSIE

Aangezien automatisering de grote trend van de toekomst is, moeten bedrijven en de overheid dubbel voorzichtig zijn met het gebruik ervan. Het effect van bevooroordeelde gegevens, algoritmen in het personeelsbestand, kan de gelijkheid in het personeelsbestand veranderen. Bedrijven moeten dus op een verantwoorde manier AI-toepassingen ontwikkelen en inzetten die proactief proberen bestaande maatschappelijke vooroordelen te identificeren en te elimineren, zodat ze niet worden gecodeerd en versterkt in de digitale wereld.