

Morele verbeeldingskracht

Ai in google search:

Veiligheid / Vertrouwen

- AI kan automatisch verkeerde of misleidende informatie hoger in de resultaten plaatsen.
- Mensen kunnen beslissingen laten beïnvloeden door wat AI als eerste toont → ze controleren zelf minder kritisch.
- Filterbubbels ontstaan door gepersonaliseerde resultaten: je ziet steeds dezelfde informatie, waardoor je beperkt wordt in het ontdekken van andere perspectieven.

Privacy / Transparantie

- Gebruikers weten niet welke bronnen prioriteit krijgen en waarom een bepaald resultaat bovenaan staat.
- Betaalde advertenties of promoties kunnen boven neutrale informatie komen, zonder dat de gebruiker dat duidelijk ziet.

Macht

- Commerciële belangen boven publieke waarden: winst kan belangrijker zijn dan objectieve informatie.

Samenleving

- Mensen hebben minder kans om alternatieve perspectieven te zien, wat sociale en politieke polarisatie kan versterken.

Ik heb de link gelegd met de ethische raamwerken. Hiervanuit ben ik systematisch gaan kijken vanuit verschillende benaderingen, en door elk perspectief apart te bekijken ontdekte ik risico's die ik eerst over het hoofd zag. Ik heb de risico's vervolgens geclusterd per thema, zoals in het voorbeeld dat in de link stond.