

AMAI!

HOE LATEN WE VLAMINGEN CREATIEF NADENKEN OVER AI?

Het project amai! (www.amai.vlaanderen) wil het brede publiek meer inzicht geven in artificiële intelligentie en waar de technologie vandaag aanwezig is.

Tegelijk wil amai! van burgers horen waar zij willen dat de technologie wordt ingezet op vlak van mobiliteit, klimaat & milieu, gezondheid en werk.

Maar wat maakt dat je creatief over een probleem gaat nadenken? Volgens de 'componential theory of creativity' moet je daartoe de nodige kennis en motivatie hebben, en moet je in staat zijn om creatief te denken.

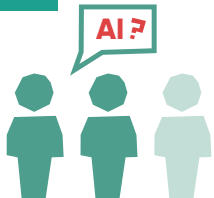
Om duidelijk te krijgen hoe dat zit

voor amai!, deden we een voorstudie bij 1145 Vlamingen.

Veeckman, C., Vaes, M., Verstraelen, K., Duerinckx, A. & Duysburgh, P. (2021). Een voorstudie naar het co-creatief oplossen van maatschappelijke uitdagingen met behulp van AI. Kenniscentrum Data en Maatschappij, Vrije Universiteit Brussel - Scivil.

Dit document is beschikbaar onder een CC BY 4.0 licentie.

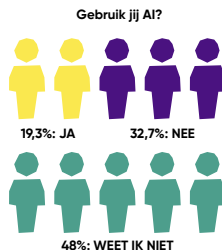
Kennis



2 op de 3 heeft nog nooit van AI gehoord of weet niet wat AI is.



Toch is de gemiddelde AI-geletterdheidscore 3,02 op 5. Gebaseerd op 7 stellingen zoals "Ik begrijp waarom AI grote hoeveelheden data ('big data') nodig heeft" en "Ik weet hoe een virtuele assistent, zoals Siri of Alexa, werkt".



Aangezien AI deel uitmaakt van heel wat alledaagse digitale toepassingen, tonen deze cijfers dat mensen vaak niet weten dat ze gebruik maken van AI. Daarom ontwikkelden we in amai! onder meer de test "Hoe AI is jouw supermarktbezoek?" om mensen bewust te maken van de AI in hun leven.

Creativiteit

Hoe creatief vinden onze respondenten zichzelf? En op welke manier komen ze liefst tot nieuwe ideeën?



Meer dan 50% ziet zichzelf als (heel) creatief. Meer dan 3 op 4 ziet zichzelf als matig tot heel creatief.

Betrekken van anderen in creatieve proces



1 op 2 werkt liefst ('graag' tot 'heel graag') met anderen samen wanneer ze creatief zijn.

De meeste respondenten zien zichzelf als creatief en heel wat van hen betrekken graag anderen bij het creatieve proces. Om deze creativiteit en samenwerking te ondersteunen, ontwikkelden we in amai! draaiboeken voor creatieve workshops en leiden we ook zelf zo'n workshops in goede banen.

Motivaties en barrières voor deelname

Om de doelgroep van amai! te motiveren mee te denken over AI-oplossingen, vertrekt het project sterk vanuit 4 maatschappelijke thema's:



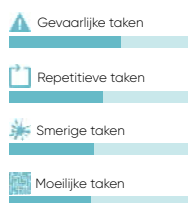
Respondenten zijn het meest bezorgd over & betrokken bij:

- 1 Gezondheid
- 2 Klimaat & Milieu
- 3 Mobiliteit
- 4 Werk

& willen het liefst actief bijdragen aan:

- 1 Gezondheid
- 2 Mobiliteit
- 3 Klimaat & Milieu
- 4 Werk

AI biedt volgens respondenten het meeste meerwaarde bij:



Om in te spelen op deze bezorgdheden besteedden we in onze voorbeeldverhalen over AI op de website extra aandacht aan wanneer AI betrouwbaar is. Bijvoorbeeld dat ze:



Participatieproject

57,7% zou meedoen aan een project zoals amai! "om bij te leren over AI", 37,7% "om bij te dragen aan wetenschappelijk onderzoek". We konden hieruit 3 profielen afleiden. Met amai! richten we ons op de maatschappelijke toepassers:



Maatschappelijke toepassers

- Meer vrouwen (56,5%) dan mannen.
- Gemiddelde leeftijd 47 jaar.
- Middelmatige kennis van de vier thema's van amai.
- Denkt graag mee aan oplossingen.
- Al eens gehoord van AI, maar geen diepe kennis ervan.



Creatieve denkers

- Meer mannen (55,1%) dan vrouwen.
- Gemiddelde leeftijd 45 jaar.
- Goede kennis van de vier thema's van amai!
- Denken graag actief mee over maatschappelijke oplossingen.
- Hebben een goede kennis van AI en weten wat de mogelijkheden van AI zijn.



Waarnemers

- Meer vrouwen (64,1%) dan mannen.
- Gemiddeld 48 jaar.
- Relatief lage kennis van de vier thema's van amai!
- Denken liever niet actief mee aan oplossingen bij deze maatschappelijke domeinen.
- Relatief groot aandeel respondenten dat niet bekend is met AI, of niet zeker is wat AI inhoudt.