

INTELLIGENZA ARTIFICIALE: ALLEATA O COMPLICE?

I chatbot ci danno sempre ragione. L'algoritmo infatti è programmato per essere compiacente, come dimostrano gli ultimi studi, invece che obiettivo. Possiamo davvero fidarci?

Giovanni Boccia Artieri



SOCIOLOGO E SAGGISTA, ESPERTO DI MEDIA E DIGITALE, INSEGNA SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE ALL'UNIVERSITÀ DI URBINO. IL SUO ULTIMO SAGGIO È SFIDUCIATI. DEMOCRAZIA E DISORDINE COMUNICATIVO NELLA SOCIETÀ ESPOSTA (FELTRINELLI)

LA COMFORT-ZONE RAFFORZA I PREGIUDIZI

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE CI TRATTA CON GENTILEZZA perché così la sentiamo più vicina e ci dimentichiamo che è una macchina.

Un conto è essere gentile, un conto è blandirci. Gli studiosi parlano di *sycophancy*: il modello tende a dare risposte che confermano opinioni o preferenze dell'utente, a scapito di verità e logica.

Avere conferme stabilisce un rapporto più fiduciario con l'ambiente digitale: se il chatbot ci contraddicesse, lo useremmo meno.

Anni fa, la tv cavalcò la truffa sanitaria di Stamina al punto da scomodare il governo. È lo stesso sistema acchiappa-consensi?

La logica di fondo è simile: la tv insegua gli ascolti per vendere pubblicità, l'IA ci tiene connessi creando legami parasociali. L'obiettivo comune è catturare la nostra attenzione: dove c'è abbondanza di informazione, si vince con i contenuti emotivi più vicini.

Dandoci sempre ragione, l'IA non rischia di rafforzare i nostri pregiudizi e la disinformazione?

Sì. Gli algoritmi ci costruiscono intorno una comfort-zone, rinforzando i nostri gusti. Se prendiamo una fake news per vera e cerchiamo conferma nell'IA, lei tenderà ad assecondarci, trovando o inventando prove a supporto. Se non approfondiamo le fonti o la alimentiamo senza spirito critico, sarà sempre accondiscendente.

Alessandra Di Lorenzo



MEDIA MENTOR ED ESPERTA IN DIGITAL MEDIA, AUTRICE DI PUBBLICITÀ OGGI. COME NELL'ERA DIGITALE SI CONDIZIONANO DESIDERI, SCELTE E IDENTITÀ (ESTE)

EVITATE DI CONDIVIDERE TROPPE INFORMAZIONI

IL 60 PER CENTO DEGLI ITALIANI HA UN'ALFABETIZZAZIONE DIGITALE inferiore alla media europea e stiamo online sei ore al giorno. Secondo alcune ricerche, i chatbot assecondano gli utenti il 50 per cento in più rispetto agli esseri umani. Lo scopo dell'IA è tenerci collegati il più a lungo possibile: non a caso OpenAI sta testando la pubblicità su ChatGPT.

Com'è l'algoritmo della condiscendenza?

Tutto ciò che vediamo online segue la regola delle quattro A: Algoritmi che decidono cosa farci vedere; Aste in tempo reale che stabiliscono in che ordine; Analisi del nostro profilo confrontato con milioni di altri simili; Azione. Anche l'AI funziona così.

Come difendersi?

Nei settaggi di ogni chatbot si può disattivare l'uso delle nostre conversazioni per addestrare l'algoritmo: va limitato l'*over sharing*, la condivisione eccessiva delle nostre informazioni.

Molti usano i chatbot come psicologi: da evitare?

Un amico ha un'emotività vera, è più sincero e non incamera dati.

L'IA può scavare nel nostro cellulare per carpire i nostri gusti?

Sì, se le diamo l'autorizzazione: i nuovi smartphone hanno l'IA già integrata. Attenzione.

Consigli utili?

Insegnate ai bambini che l'IA non è affatto l'amico immaginario.

CON CHI SEI D'ACCORDO?
INQUADRA IL QR CODE E CONDIVIDI IL TUO PUNTO DI VISTA SU QUESTO TEMA DELLA SETTIMANA

