

Vite digitali

L'intelligenza artificiale e il dominio del sapere

GIGIO RANCILIO

Aprima vista è una notizia consolante: anche l'intelligenza artificiale fa errori. Li fa Bard di Google e la nuova versione di Bing di Microsoft con ChatGpt. Gli esperti la chiamano "allucinazione dei dati". Come spiega bene Pier Luigi Pisa "è la tendenza a scrivere risposte che sembrano corrette e plausibili ma che, in realtà, presentano un contenuto errato o totalmente inventato". A questo punto mi sembra di vedervi mentre fate un bel respiro di sollievo e sul vostro volto si disegna un sorriso che sta a significare: evviva, questa intelligenza artificiale non è poi né così forte né così intelligente. Le cose però sono un po' più complesse. Anche se noi l'abbiamo scoperta da qualche settimana con l'apertura a tutti di ChatGpt, la strada dell'intelligenza artificiale ha oltre 60 anni, 40 anni da quando ha iniziato a essere pensata anche per impieghi commerciali. Oggi siamo solo davanti ad un'accelerazione dettata dal marketing. Su un punto non ci sono dubbi: anche se dobbiamo mettere ancora un gran numero di paletti per dare un'etica a ciò che sta avvenendo (anche se gli esperti ne dibattono da anni), l'intelligenza artificiale è destinata a entrare in spazi sempre più importanti della nostra vita.

Perché anche se sbaglia (e come abbiamo visto, sbaglia) è destinata comunque a fornirci servizi migliori e sempre più competitivi in diversi campi. Un esempio su tutti è la sua capacità di potere analizzare le malattie. Ma qui ci concentriamo sulle ultime novità di Google e Microsoft sui motori di ricerca. Già oggi ognuno di noi sa quanto a volte i risultati che escono da Google o da Bing su ciò che cerchiamo contengono anche pagine non così utili come ci aspetteremmo e quindi non sono perfetti. Ma grazie all'AI le ricerche stanno facendo e faranno un ulteriore passo avanti decisamente importante, per diversi aspetti. Il primo è che i motori ci daranno risposte sempre più articolate e sempre meno elenchi di pagine sulle quali cliccare. Già oggi per conoscere l'orario di un volo, il risultato di una partita di calcio o in quale cinema è in programmazione un film che ci interessa ci basta chiedere al motore di ricerca senza dovere poi cliccare su un link che rimandi a un sito. Moltiplicate tutto questo per l'immensa conoscenza che ha incamerato Google nei suoi server grazie al fatto che da decenni ogni minuto quasi 6 milioni di persone fanno una ricerca sul suo motore, e potete immaginare quanta "conoscenza" potrà restituirci, ben oltre la solita sfilza di link. Stessa cosa, con meno potenza, la promette Bing con ChatGpt. E questo apre davanti a noi enormi scenari e domande importanti. Per esempio, se Google diventa una sorta di enorme Wikipedia che unisce al suo piacimento il sapere pescato in miliardi di pagine, quanto tutto questo orienterà ancora di più la nostra conoscenza in una direzione invece di un'altra? E ancora: se il nostro bisogno di informazioni sarà soddisfatto dalle risposte articolate dei motori di ricerca, cosa ne sarà dei tantissimi siti che vivono del traffico che arriva loro anche dai risultati dei motori di ricerca?



Avvenire

Infine, anche se ci sarebbero molte altre domande: se grazie all'intelligenza artificiale diventa sempre più facile e poco costoso produrre testi, immagini, video, audio e contenuti anche falsi, chi ci garantisce che questo tsunami di fake news e di spazzatura non inquinerà ancora di più le nostre vite? Google dice già di essere attrezzata per arginarla. Microsoft sostiene lo stesso. Ma la verità è che dobbiamo imparare a non accontentarci del primo risultato che ci verrà fornito. Anche se è prodotto da un'intelligenza artificiale. Lo so: è una fatica dover essere sempre vigili, ma non abbiamo alternative. RIPRODUZIONE RISERVATA.