

LO STUDIO DI CRISTIANINI

Le macchine fanno finta di pensare

FLAVIA MARCACCI

Leggendo il libro *La scorciatoia. Come le macchine sono diventate intelligenti senza pensare in modoumano* (Il Mulino, pagine 216, euro 16,99) di Nello Cristianini, professore all'Università di Bath nel Regno Unito, si ha l'impressione di stare in una palestra mentale per esercitarsi a inquadrare come idati intessano la realtà che viviamo. "Inquadrare" non è apprendere o venire a conoscenza. Si possono apprendere gli algoritmi e i teoremi su cui si basa la matematica della rete, le serie di Fibonacci, il concetto di informazione di Claude Shannon o modelli teorici computazionali. Per farlo, servono titoli di studio di tutto rispetto. Possiamo anche apprendere come il marketing usi le tecniche statistiche per profilare gli utenti della rete, quando vengono raccolte informazioni relative a un grande numero di individui cercando di sviluppare una conoscenza più profonda da estendere a un numero più ampio di soggetti, come avviene per esempio nei sondaggi. Questo è ciò che uno statistico tradizionale chiamerebbe "segmentazione", mentre un moderno data scientist definisce "clonazione" di una lista di utenti al fine di crearne una equivalente da contattare, magari per promuovere idee e prodotti. E ancora, possiamo divenire smalzati sapendo di essere sottoposti a "spintarelle gentili" (nudge) che predispongono la presentazione di alcuni prodotti in modo così affabile da orientare le nostre scelte. Questo genere di conoscenze può essere acquisito a vari livelli, con il gusto del lettore curioso o con la professionalità dell'ingegnere informatico. Si può anche e più dilettevolmente desiderare di venire a conoscenza di fatti e situazioni legate al mondo dei dati. Scienziati e filosofi sono molto impegnati a esplorare le diverse dimensioni della fiducia verso idati, la loro "trasparenza, equità, responsabilità, accuratezza e verificabilità (o ispezionabilità)". Acquisire conoscenze tecniche e informarsi sull'intreccio tra dati digitali e mercati finanziari sono le premesse per cogliere questi e altri strani effetti collaterali - vedi le forme di malessere digitale e i contagi emotivi - che la psicologia e l'economia comportamentale cercano di capire. Si tratta di impegni intellettuali notevoli. Ma non sufficienti per orientare un normale agente umano e la sua percezione del mondo dei dati. L'idea fondamentale per "inquadrare" il rapporto tra dati e realtà è la distinzione tra correlazione e causalità. Correlare informazioni, come le macchine "intelligenti" fanno, non mostra necessariamente la causa esatta riscontrabile nella realtà materiale. Questa distinzione, filosoficamente molto profonda, permette di cogliere e creare il giusto distacco con la complessità che ci circonda, correggendone la rappresentazione, spesso ingenuamente spaventosa, che se ne ha. Le macchine "intelligenti" scelgono le notizie da farci leggere, vagliano curricula, suggeriscono sentenze, ci pianificano viaggi sfruttando inferenze statistiche su moli di dati. Se di intelligenza si vuole parlare, la loro è aliena rispetto all'intelligenza umana perché lavorano per



Avvenire

correlazione di dati, percorrendo scorciatoie molto utili ma che necessariamente possono tagliare via molto rispetto a quanto c'è nella realtà. Ora, pur senza disporre di teorie interpretative corroborate, i dati sono manovrabili con tecniche situate "tra l'astrazione e l'enumerazione". Questi modelli statistici funzionano abbastanza, molto, spesso davvero molto bene, ad esempio fornendo stupefacenti calchi del linguaggio umano come Chat GPT-3. Il successo ottenuto va inteso, però, come il successo di uno strumento utile per approfondire le attività più complesse del comportamento umano. Non c'è alcuna fine delle teorie, non ci sono macchine che autonomamente comprenderanno le leggi del tutto. Piuttosto, c'è da cambiare approccio, perché un numero così alto di dati crea nuove forme di ordine, volendo nuovi significati. Nuovi ordini e significati che poi vanno passati al vaglio della critica: se essi fossero solo "coincidenze"? Gli inglesi chiamano questo rischio cherry picking: scelgo le ciliegie migliori e creo la migliore raccolta di frutti possibile, che però non è la raccolta di frutti reale. Per evitare l'illusione che ogni correlazione sia spiegazione causale esistono tecniche di elaborazione dati, tecniche che possono aiutare gli agenti umani ad acquisire il giusto senso critico. Cosa fare, dunque? Non resta che continuare a vivere nel mondo di dati, sapendo che occorre acquisire una visione di insieme che renda l'esperienza digitale più sofisticata. Serve un training filosofico, come qua e là Cristianini sembra alludere. Al centro, vi è la capacità di interagire con forme di intelligenza non umana, proprie di artefatti digitali che svelano aspetti nuovi dell'intelligenza umana. Sapendo che nessuna correlazione ha, come unico esito, un inesorabile determinismo digitale. RIPRODUZIONE RISERVATA.