



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

SEGUICI SUI NOSTRI
CANALI SOCIALI!



Cremit



CremitTW



cremit



cremit_



<http://www.cremit.it/newsletter/>



Se l'algoritmo fa l'opinione: informazione e democrazia alla prova dell'Intelligenza Artificiale

Stefano Pasta

Centro di Ricerca sull'Educazione ai Media,
all'Innovazione e alla Tecnologia (CREMIT)

Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano



La Santa Sede



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

MESSAGGIO DI SUA SANTITÀ PAPA FRANCESCO
PER LA LVIII GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

*Intelligenza artificiale e sapienza del cuore:
per una comunicazione pienamente umana*

*L'evoluzione dei sistemi della cosiddetta "intelligenza artificiale", sulla quale ho già riflettuto nel recente Messaggio per la Giornata Mondiale della Pace, sta modificando in modo radicale anche l'informazione e la comunicazione e, attraverso di esse, alcune basi della convivenza civile. **Si tratta di un cambiamento che coinvolge tutti, non solo i professionisti.** L'accelerata diffusione di meravigliose invenzioni, il cui funzionamento e le cui potenzialità sono indecifrabili per la maggior parte di noi, suscita uno stupore che oscilla tra entusiasmo e disorientamento e ci pone inevitabilmente davanti a domande di fondo: cosa è dunque l'uomo, qual è la sua specificità e quale sarà il futuro di questa nostra specie chiamata homo sapiens nell'era delle intelligenze artificiali? Come possiamo rimanere pienamente umani e orientare verso il bene il cambiamento culturale in atto?*

I media non sono **più** distinguibili da altri oggetti
INTERNET OF THINGS

“Its literal form, the technology, is already beginning to be taken for granted, and its connotation will become tomorrow’s commercial and cultural compost for new ideas. Like air and drinking water, being digital will be noticed only by its absence, not its presence» (Negroponte, 1998)

Comodità tecnologica (Alexaa, ChatGPT....): la tecnologia migra dentro gli oggetti di largo consumo, celandosi al suo interno e ibridandoli.

- **Qualcosa è finito: il tempo dei media**
- Apparati
- Comunicazione uno–a–molti
- “Preferenza”

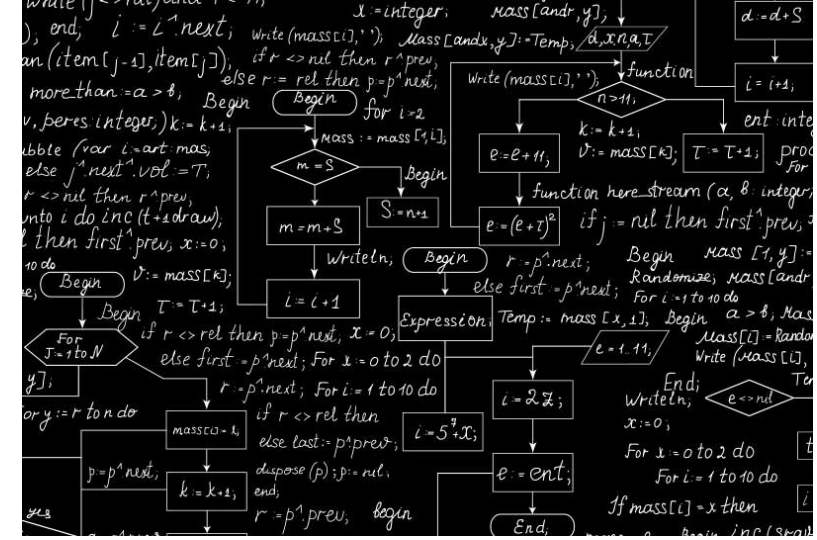
Algoritmi («capitale algoritmico»)

- 1) Qualsiasi schema o procedimento sistematico di calcolo.
- 2) Gli algoritmi (come i dati):
 - non si vedono
 - non sappiamo come funzionano e quali dei nostri dati utilizzano
 - non sappiamo a chi li cedono e chi li utilizzerà

«Sé informazionale»: noi/io siamo i nostri dati

- 3) L'algoritmo rende possibile l'uso dei dati:
 - apprende dai dati in suo possesso (*machine learning*)
 - più un utente entra in piattaforma e più dati fornisce
 - più la base dati dell'algoritmo si allarga e più diventa precisa la sua conoscenza dell'utente
 - più preciso diventa l'algoritmo, più è capace di coerenza con i **gusti** dell'utente

- 4) Il codice – la programmazione, i linguaggi della programmazione – ha ruolo di protagonismo culturale.



Quale sfondo sociale e comunicativo?

Istanza	Caratteristiche	Tipo di società
Postmedialità - Postdigitale	Demediazione, Internet of Things	Società postmediale e postdigitale
Piattaformizzazione	Capitalismo leggero, digitale, algoritmico	Società delle piattaforme
Datificazione	Protagonismo dei dati, tracciamento degli utenti	Società del codice, dei dati

L'IA e le tre scorciatoie

- 1) Opzione per la statistica anziché la comprensione logica
- 2) Necessità di TANTI dati per allenare la macchina: anziché produrli, raccogliarli da Internet
- 3) Necessità di capire cosa vuole l'utente: anziché chiederglielo, osservare l'utente registrando tutte le sue decisioni

La macchina non rappresenta il mondo, ma lo comprende in modo molto diverso (ex: dire a YouTube attenzione alla polarizzazione).



La Santa Sede



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

MESSAGGIO DI SUA SANTITÀ PAPA FRANCESCO
PER LA LVIII GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

*Intelligenza artificiale e sapienza del cuore:
per una comunicazione pienamente umana*

La rivoluzione digitale può renderci più liberi, ma non certo se ci imprigiona nei modelli oggi noti come echo chamber.

In questi casi, anziché accrescere il pluralismo dell'informazione, si rischia di trovarsi sperduti in una palude anonima, assecondando gli interessi del mercato o del potere. Non è accettabile che l'uso dell'intelligenza artificiale conduca a un pensiero anonimo, a un assemblaggio di dati non certificati, a una deresponsabilizzazione editoriale collettiva.

La rappresentazione della realtà in big data, per quanto funzionale alla gestione delle macchine, implica infatti una perdita sostanziale della verità delle cose, che ostacola la comunicazione interpersonale e rischia di danneggiare la nostra stessa umanità.

Camere di eco – Bolle filtro

Se scrivo “Milan” su Google, il motore di ricerca mi propone tante risposte. Le prime che vedo:

- *Sono sempre le stesse per tutti.*
- *Possono essere diverse per ogni persona, perché Google ti risponde tenendo conto di quello che hai già cercato e dei tuoi gusti (per esempio cambia se tifi Inter o Milan). (*45,9%)*
- *È un ordine casuale, che ogni settimana cambia.*
- *Dipende se il capo di Google Italia tifa Milan o un'altra squadra.*

(Marangi, Pasta, Rivoltella, 2022)

CONNESSIONI DIGITALI



La Santa Sede



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

MESSAGGIO DI SUA SANTITÀ PAPA FRANCESCO
PER LA LVIII GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

*Intelligenza artificiale e sapienza del cuore:
per una comunicazione pienamente umana*

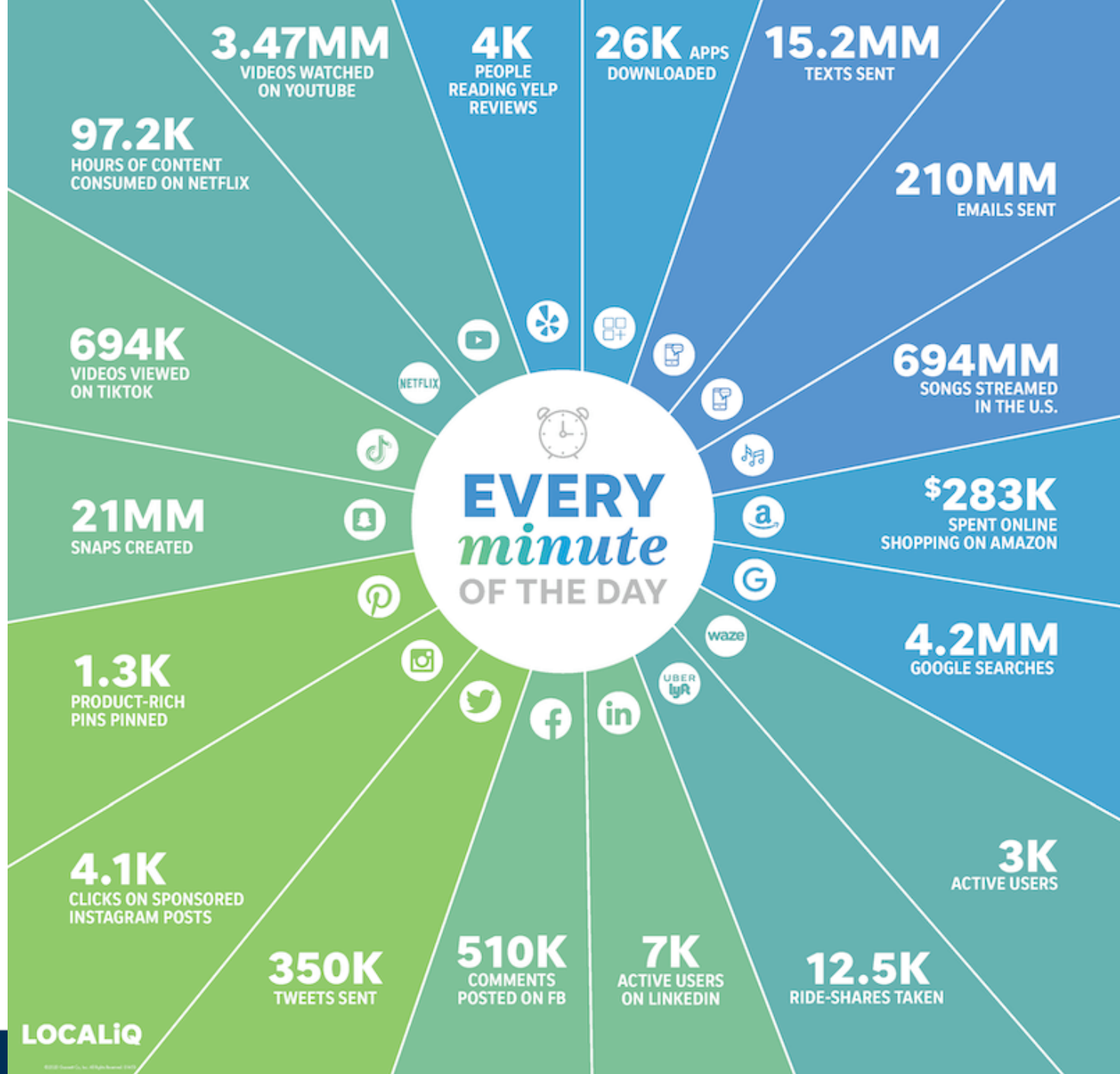
Possono ad esempio rendere raggiungibile e comprensibile un enorme patrimonio di conoscenze scritto in epoche passate o far comunicare le persone in lingue per loro sconosciute. Ma possono al tempo stesso essere strumenti di “inquinamento cognitivo”, di alterazione della realtà tramite narrazioni parzialmente o totalmente false eppure credute – e condivise – come se fossero vere.

Basti pensare al problema della disinformazione che stiamo affrontando da anni nella fattispecie delle fake news e che oggi si avvale del deep fake, cioè della creazione e diffusione di immagini che sembrano perfettamente verosimili ma sono false (è capitato anche a me di esserne oggetto), o di messaggi audio che usano la voce di una persona dicendo cose che la stessa non ha mai detto.

SOCIAL WEB E SELEZIONE DELLE FONTI

➤ *Euristica*: **pensieri veloci e lenti**, apprendimento per mera esposizione

➤ Sovraccarico informativo della “plenitudine digitale”



Nuovi canoni di AUCTORITAS

MODALITA' di SELEZIONE DELLE FONTI

- Scrivo le parole chiave in Internet e **ad intuito** scelgo la più adeguata (34,7%)
- Scrivo tutte le parole di ricerca in un motore di ricerca come Google, sfoglio i primi risultati e seleziono quello che credo sia migliore” (25,2%)
- Uso più di uno strumento di ricerca e, infine, confronto e valuto le informazioni che ho trovato per scegliere quella che più si adatta ai miei obiettivi
- Eseguo la ricerca considerando i miei obiettivi e gli strumenti disponibili, scelgo i termini o le parole chiave, evitando ambiguità (10,2%)
- Valuto le risposte, considerando chi ha creato il sito, chi ci scrive, le date di aggiornamento, confrontando i risultati e infine, seleziono la risposta che meglio si adatta agli obiettivi del mio lavoro (7,7%)
- Decido dove cercare utilizzando vari motori di ricerca e facendo una ricerca in profondità (non mi accontento dei primi risultati) (6,3%)
- Mi rivolgo ai contatti nei social che penso possano aiutarmi nella ricerca (1,6%)

(Ferrari, Pasta, 2023)



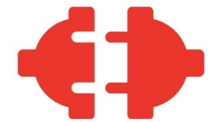
Check & Design

DIGITAL INFORMATION LITERACY AND
COLLABORATIVE LEARNING AT SCHOOL

Quando fai una ricerca con un motore di ricerca, come scegli la fonte?

- Quella che sembra più seria per veste grafica (24,5%)
- Quella che sempre più seria per come è scritta (16,6%)
- Con la verifica della fonte (15%)
- La prima che appare (14,4%)
- A caso (10,3%)
- Vedo i commenti sotto la notizia (9,4%)
- E' pubblicata/condiviso da un sito che conosco (7,3%)
- E' pubblicata/condiviso da una persona che conosco (2,6%)

(Progetto “Check&Design” – Ferrari, Pasta, 2023)



Check & Design

DIGITAL INFORMATION LITERACY AND
COLLABORATIVE LEARNING AT SCHOOL

Algoritmi, distorsioni e fake

C'è qualcosa di nuovo? Oppure sono solo nuove forme di manifestazione di un problema sempre esistito?

Cfr. Giglietto, Iannelli, Valeriani, Rossi (2019). «'Fake news' is the invention of a liar: How false information circulates within the hybrid news system. Current Sociology, 1(2019, 1-18)

In fondo, le fake news non sono fatti nuovi...

- «Su verità e menzogne in senso extra-morale» (Nietzsche, 1873): non ci sono fatti, ma solo interpretazioni.
- La storia del giornalismo è anche storia di fake news
- *Protocollo dei Savi di Sion* (1903)
- Loggia P2 e il *Corriere della Sera*
- La guerra in Kosovo (1999); March Bloch, *La guerra e le false notizie* (1921)





Ε [redacted] 10m •

Παραλία Πέτρας σήμερα ! Σ ένα από τα πιο τουριστικά μέρη του νησιού μας Η πιο καλή διαφήμιση . ΜΚΟ μεταφέρουν ΛΑΘΡΟ για εκδρομή. Δε πάει η Ελλάδα να καίγεται αυτή την δουλειά τους! Είδατε καμία ΜΚΟ να τρέξει να βοηθήσει τους πυροπληκτους?



LA FORZA DELLA “POSTVERITÀ” (regime discorsivo e pratiche culturali)

«Tipo di discorso relativo a o descrittivo di circostanze in cui i fatti oggettivi sono meno influenti nel formare l'opinione pubblica del ricorso all'emozione e alle convinzioni personali» (Oxford Dictionaries, 2016).

Argomentazione, caratterizzata da un forte appello all'emotività, che basandosi su credenze diffuse e non su fatti verificati tende a essere accettata come veritiera, influenzando l'opinione pubblica (Treccani, 2017).

LA FORZA DELLA “POSTVERITÀ” (regime discorsivo e pratiche culturali)

La postverità **non nega la verità, la moltiplica e la privatizza.**

Le verità diventano tante quanto i soggetti che vogliono enunciarle, l'**esperienza diretta** legittima la presa di parola: **regime confusivo** in cui tante verità convivono senza gerarchie.

Non serve convincere, basta **confondere**, creare confusione, **minare la fiducia nelle fonti ufficiali.**

**FRAMMENTAZIONE. CONDIVIDERE SAPERI e TABÙ VUOL DIRE APPARTANERE A UNA
COMUNITA'**

Effetto margine (Bail, 2012):

l'opinione più estrema e radicale acquisisce visibilità nella sfera pubblica, acquisendo un senso di legittimità, e ridefinendo i contorni del campo discorsivo, spostandolo sempre più verso l'esterno, verso il margine.

(5,8% degli italiani: la Terra è piatta; il 10% l'uomo non è mai sbarcato sulla luna; cfr. «La società irrazionale», Censis, dicembre 2021).

ROTTURA DEL TABU': l'indicibile diventa dicibile, l'inaccostabile diventa accostabile

Scenario? Algocrazia e Infocrazia



«Forma di dominio nella quale l'informazione e la sua diffusione determinano in maniera decisiva, attraverso algoritmi e Intelligenza Artificiale, i processi sociali, economici e politici»

«Capitalismo dell'informazione, che evolve in capitalismo della sorveglianza e declassa gli esseri umani a bestie da dati e consumo» (Han, 2023, p. 3).

Regime dell'informazione vs regime disciplinare del capitalismo industriale:

- ad essere sfruttati non sono più corpi ed energie (*bestie da lavoro*), ma informazioni e dati;
- il soggetto sottomesso non è più apparentemente reso docile e ubbidiente, «piuttosto si crede *libero, autentico e creativo: produce e performa sé stesso*»;
- la sorveglianza non avviene tramite l'isolamento e il regime dell'informazione non è più, foucaultianamente, interessato alla biopolitica, bensì alla psicopolitica;
- la politica della visibilità (prodotta dalla connessione e non più dall'isolamento) e della trasparenza rendono possibile che «il dominio si compie nel momento in cui libertà e sorveglianza coincidono»

L'IA e gli algoritmi sono *stimoli positivi* di un *potere smart*, che non ordina ma sussurra, non comanda ma **sospinge, indicando con mezzi sottili al controllo del comportamento.**

«*Sorvegliare e punire* – i contrassegni del regime disciplinare secondo Foucault – lasciano il passo al *motivare* e all'*ottimizzare*. Nel regime dell'informazione neoliberale il dominio si concentra come *libertà, comunicazione e comunità*».

I cittadini sono storditi dall'ebbrezza dell'informazione e vengono trasformati dallo smartphone in «zombie del consumo e della comunicazione».



La Santa Sede



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

*MESSAGGIO DI SUA SANTITÀ PAPA FRANCESCO
PER LA LVIII GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI*

*Intelligenza artificiale e sapienza del cuore:
per una comunicazione pienamente umana*

*Innanzitutto conviene sgombrare il terreno dalle letture catastrofiche
e dai loro effetti paralizzanti*

Che fare (al tempo degli «spettatori»)?

AIED (Artificial Intelligence in Education)

Educare con l'intelligenza artificiale

Uso dell'IA per il *decision making* nei sistemi formativi e in usi didattici per promuovere la creatività, il tutoraggio intelligente, la valutazione, la gestione del feedback e i sistemi assistivi

Robot umanoide (*cobot*)
Smart classroom

PEDAGOGIA ALGORITMICA (Panciroli, Rivoltella, 2023)



Educare all'intelligenza artificiale

Tempo del protagonismo dei dati e delle piattaforme

Cittadinanza Onlife: promozione del pensiero critico, la comprensione di “cosa ci sia dietro” a un prodotto culturale, quali messaggi e quali interessi.

Data Literacy, o AI Literacy: occuparsi di dati e algoritmi non solo in senso strumentale e alfabetico, ma anche tematico

Capitalismo algoritmico

Fonti e ChatGPT





ChatGPT

- **Generative Pre-trained Transformer** (machine learning)
- **OpenAI**: organizzazione «senza scopo di lucro», nata e finanziata dall'unione di manager, sviluppatori e proprietari di altre società americane del web (Elon Musk...).
- Versione non a pagamento: dati fino **settembre 2021**.
- “Addestrat*” con tecniche di apprendimento degli algoritmi e anche con il ricorso a istruttori umani, allenandosi su un corpus di miliardi di testi per riconoscere testi, pattern, connessioni.
- Il concetto chiave di questo “addestramento” è il modello di apprendimento basato su reti neurali detto dei **transformer**: è il meccanismo di "attenzione", che permette al modello di pesare l'importanza di ciascuna parola all'interno di una sequenza in base al suo contesto. In questo modo, i transformer riescono a catturare le relazioni tra le parole a lungo raggio senza la necessità di dipendere da strutture sequenziali rigide.
- *Il caso 1: il Presidente della Repubblica del 1919*
- *Il caso 2: la tesi di laurea*

+ New Chat



Default (GPT-3.5)



Today

Presidente nel 1918: Or

Previous 7 Days

Ciclo dell'acqua spiegato

Ciao, Come posso aiutarti?

Ciao, Come posso aiutarti?

June

Impronta digitale nell'educazio

New chat

New chat

Upgrade



Stefano Pasta



chi era il presidente della repubblica nel 1918?



Nel 1918, il presidente della Repubblica Italiana era Vittorio Emanuele Orlando. Egli ricoprì la carica dal 23 giugno 1918 al 23 giugno 1920.



Regenerate

Send a message





La Santa Sede



*MESSAGGIO DI SUA SANTITÀ PAPA FRANCESCO
PER LA LVIII GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI*

*Intelligenza artificiale e sapienza del cuore:
per una comunicazione pienamente umana*

Come ogni altra cosa uscita dalla mente e dalle mani dell'uomo, anche gli algoritmi non sono neutri. Perciò è necessario agire preventivamente, proponendo modelli di regolamentazione etica per arginare i risvolti dannosi e discriminatori, socialmente ingiusti, dei sistemi di intelligenza artificiale e per contrastare il loro utilizzo nella riduzione del pluralismo, nella polarizzazione dell'opinione pubblica o nella costruzione di un pensiero unico.

Rinnovo dunque il mio appello esortando «la Comunità delle nazioni a lavorare unita al fine di adottare un trattato internazionale vincolante, che regoli lo sviluppo e l'uso dell'intelligenza artificiale nelle sue molteplici forme.

Tuttavia, come in ogni ambito umano, la regolamentazione non basta.

Educare l'intelligenza artificiale

Capitale culturale

Algoritmica

La questione etica e antropologica è già aperta: si può richiamare una macchina alle sue responsabilità?

Attribuire a un organismo artificiale la possibilità di 'comportarsi bene' significa riconoscergli in qualche modo una forma di intenzionalità?





La Santa Sede



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

MESSAGGIO DI SUA SANTITÀ PAPA FRANCESCO
PER LA LVIII GIORNATA MONDIALE DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI

*Intelligenza artificiale e sapienza del cuore:
per una comunicazione pienamente umana*

Dalle risposte a questi e ad altri interrogativi capiremo se l'intelligenza artificiale finirà per costruire nuove caste basate sul dominio informativo, generando nuove forme di sfruttamento e di diseguaglianza; oppure se, al contrario, porterà più eguaglianza, promuovendo una corretta informazione e una maggiore consapevolezza del passaggio di epoca che stiamo attraversando, favorendo l'ascolto dei molteplici bisogni delle persone e dei popoli, in un sistema di informazione articolato e pluralista.

Da una parte si profila lo spettro di una nuova schiavitù, dall'altra una conquista di libertà; da una parte la possibilità che pochi condizionino il pensiero di tutti, dall'altra quella che tutti partecipino all'elaborazione del pensiero. La risposta non è scritta, dipende da noi. Spetta all'uomo decidere se diventare cibo per gli algoritmi oppure nutrire di libertà il proprio cuore, senza il quale non si cresce nella sapienza.

Nemmeno con un click

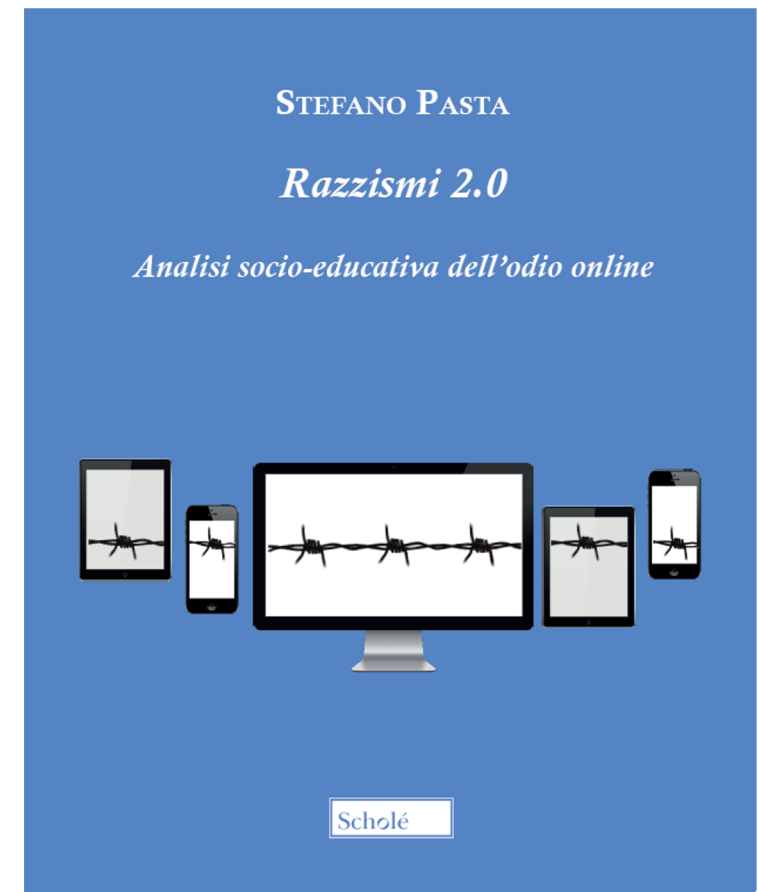
Ragazze e odio online

a cura di
Stefano Pasta e Milena Santerini



VIOLE-LAB
Laboratorio Pedagogico
sulla Violenza ai Minori

FrancoAngeli



Stefano Pasta - stefano.pasta@unicatt.it

CREMIT - Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano