

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE: UNA SFIDA ESISTENZIALE PER IL GIORNALISMO

7 ottobre 2024



Agenda

1 Le opinioni della popolazione

Fonte: banca dati Ipsos

2 Il punto di vista dei giornalisti

Fonte: ricerca IULM-Ipsos

La ricerca IULM- IPSOS

Ipsos e l'università Iulm hanno realizzato una **ricerca** su un campione di **giornalisti professionisti** per raccogliere un punto di vista qualificato e aggiornato in merito alle sfide più impellenti che la **trasformazione digitale** pone alla professione giornalistica.

L'indagine è stata realizzata online, inviando una mail di invito, contenente il link alla survey, ad un database di circa 600 giornalisti, di cui è titolare il Committente. In 191 hanno cliccato sul link, 136 hanno interrotto la compilazione, generalmente nella fase di introduzione.

Sono state quindi raccolte **55 interviste complete a giornalisti/e***, così distribuite:

- 42 giornalisti, 13 giornaliste
- 21 giornalisti/e under 50, 34 giornalisti/e 50 anni +

La survey ha previsto circa 25 domande a risposta chiusa, per un tempo di compilazione medio di circa 8-10 minuti.

Le interviste sono state raccolte nel mese di luglio 2024.

LE OPINIONI DELLA POPOLAZIONE

(FONTE: BANCA DATI IPSOS)



Il punto di vista Ipsos

Il futuro dell'Intelligenza Artificiale, relativamente alla sua adozione da parte delle persone, sarà influenzato dal modo in cui si svilupperà la tensione tra “meraviglia” e “preoccupazione”.

La direzione che prenderà la risposta a queste domande dipende in parte dal modo in cui i media raccontano e racconteranno questi cambiamenti e in parte dal modo in cui questi strumenti vengono e verranno sviluppati.

I marchi e le aziende tecnologiche potranno svolgere un ruolo nel contribuire a spingere le persone verso la componente di “meraviglia” sviluppando soluzioni e servizi in modo responsabile e avendo presente che gli esseri umani devono familiarizzare con l'AI per apprezzarne i benefici.

Comprendere giudizi e percezioni sull'AI del consumatore medio, non solo il punto di vista degli “early adopters”, è quindi fondamentale perché sarà proprio l'utente comune che, in ultima analisi, ne consentirà la scalabilità.

La comprensione effettiva dell'Intelligenza Artificiale è appannaggio solo di una parte della popolazione



Dichiarano di sapere
cosa è l'AI

67%




Dichiarano di sapere
cosa è l'AI

53%



Ma solo il **50% sa
quali prodotti e
servizi utilizzano
l'AI**

 **50%** in Italia

54%

(a livello globale, 50% in Italia)

52%

(a livello globale, 50% in Italia)

Cittadini che si dichiarano **entusiasti** dei prodotti e servizi che utilizzano l'AI

Cittadini che restituiscono un atteggiamento di **nervosismo** rispetto ai prodotti e servizi che usano

49%

(a livello globale, 44% in Italia 🇮🇹)

Cittadini che pensano che i prodotti e i servizi basati sull'AI hanno **cambiato in modo significativo** la loro vita quotidiana negli ultimi 3-5 anni

66%

(a livello globale, 63% in Italia 🇮🇹)

Cittadini che pensano che i prodotti e i servizi basati sull'AI **avranno un impatto significativo** nella vita quotidiana nei prossimi 3-5 anni

57% 

Italiani che ritengono probabile che l'AI **cambierà il modo in cui lavoriamo entro i prossimi 5 anni**

36% 

Italiani che ritengono probabile che l'AI **prenderà il loro posto di lavoro entro i prossimi 5 anni**

A livello globale (Italia inclusa) c'è un elevato livello di consapevolezza circa la possibilità di utilizzare l'AI per generare fake news molto realistiche



Per il **51% l'AI** aumenta il **rischio di disinformazione**

 **46%** in Italia

25%

Fiducia nei giornalisti

A livello globale
(punteggio 1-2)

19%



Fiducia nei giornalisti

In Italia

(punteggio 1-2)

LA PROFESSIONE GIORNALISTICA VIVE UN PASSAGGIO DELICATO



Quale scenario si profila

7 giornalisti su 10 si dichiarano soddisfatti della propria situazione professionale ...

ma ritengono che l'immagine sociale dei giornalisti oggi non sia molto positiva e pensano che sia destinata a peggiorare nei prossimi 2-3 anni

Sono tutti convinti che in questo momento la tecnologia ha un ruolo rilevante nella professione, il principale beneficio riconosciuto è l'accesso a una maggiore quantità di informazioni utili, e in maggioranza ritengono di possedere un livello elevato di digitalizzazione

8 su 10

Pensano che l'AI rappresenterà un rischio in termini occupazionali per la professione giornalistica

7 su 10

Pensano che finora l'AI ha avuto un impatto nullo o neutro sulla loro attività professionale

7 su 10

Al momento non trovano utile l'uso di strumenti AI nell'esercizio quotidiano della professione

Prevale l'idea di essere più preparati oggi a gestire AI e social

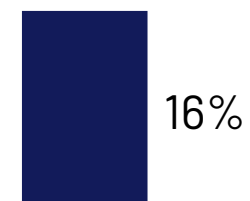
Io personalmente/la mia redazione siamo più preparati rispetto a 2-3 anni fa a gestire l'evoluzione digitale (AI e social) perché abbiamo attuato delle iniziative specifiche in tal senso



Io personalmente/la mia redazione siamo meno preparati rispetto a 2-3 anni fa a gestire l'evoluzione digitale (AI e social) perché nel frattempo la situazione è diventata ancora più complessa



Nessuna delle due



D9 Parlando di algoritmi e fonti informative basate su algoritmi, in quale di queste affermazioni si ritrova maggiormente?



L'INTEGRAZIONE DELLE FONTI TRADIZIONALI CON FONTI SOCIAL RENDE CRUCIALI LE COMPETENZE DI FACT-CHECKING

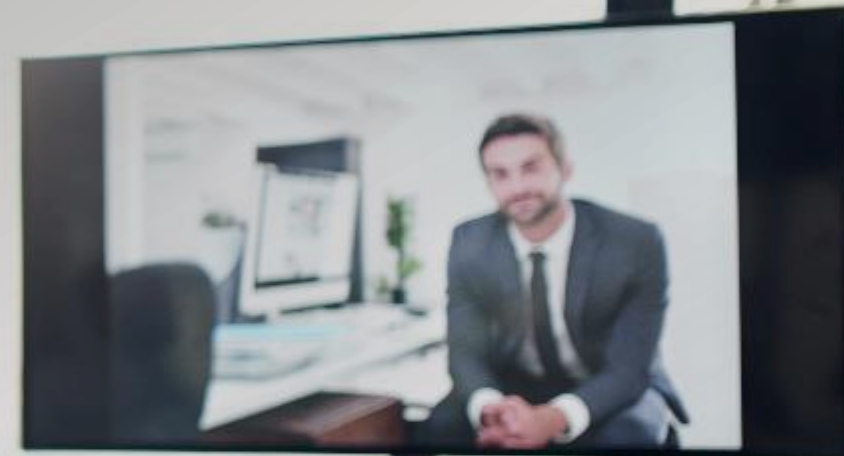
8 su 10

Usano il fact-checking (soprattutto testi, immagini e fotografie, più che video e audio) **ma solo la metà lo fa in modo assiduo**

4 su 10

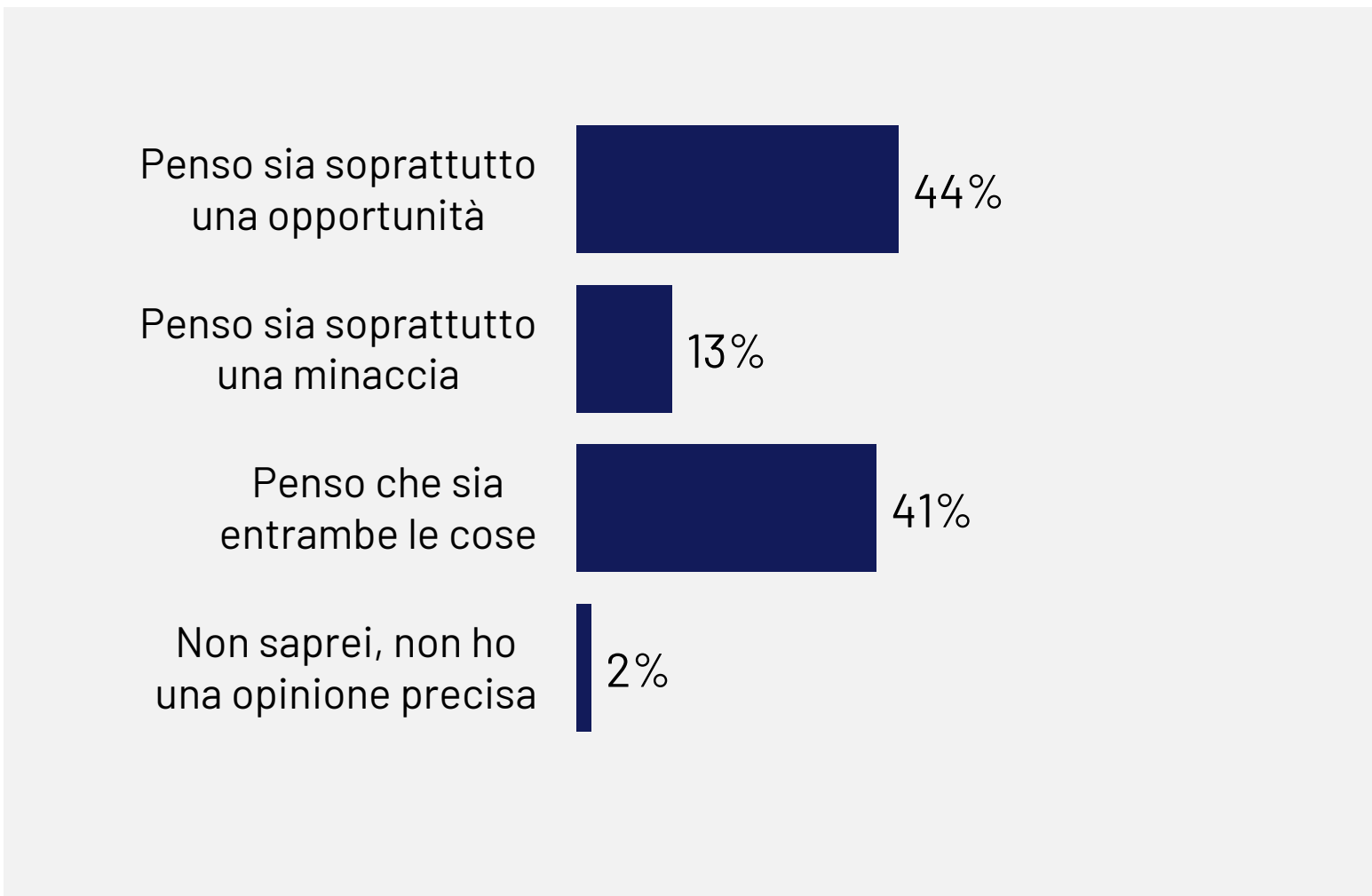
Usano procedure e servizi di fact-checking messi a punto dalla loro redazione/testata

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DEL GIORNALISMO: MOLTE OPPORTUNITÀ MA ANCHE RISCHI



La maggioranza vede i benefici della personalizzazione della fruizione informativa grazie al digitale, ma è diffusa anche la consapevolezza dei rischi

PERCEZIONE DELLA PERSONALIZZAZIONE DELLA FRUIZIONE INFORMATIVA



D7 La digitalizzazione di massa ha cambiato la relazione tra news media e audience, che può personalizzare la fruizione dell'informazione: è una opportunità per la professione giornalistica o piuttosto una minaccia?

La sensazione prevalente è che l'uso di AI nel giornalismo avrà un impatto finale negativo sulla propensione a leggere

IMPATTO PREFIGURATO DELL'AI SULLA PROPENSIONE A LEGGERE

L'AI renderà sempre più frammentata e decontestualizzata l'informazione e farà diminuire ancora di più la propensione a leggere



L'AI garantirà la possibilità di offrire notizie sempre più personalizzate e ritagliate sugli interessi e le preferenze dei lettori e così aumenterà la loro propensione a leggere



Preferisco non rispondere



D16 Pensando all'uso dell'Intelligenza Artificiale nel giornalismo, in quale di queste 2 affermazioni si rispecchia maggiormente?

VANTAGGI PER L'OPINIONE PUBBLICA DELL'USO DELL'AI NELL'INFORMAZIONE

Prevale anche la sensazione che solo la parte più avanzata dell'opinione pubblica avrà vantaggi dall'AI



D19 Lei pensa che l'opinione pubblica avrà soprattutto vantaggi o svantaggi a mano a mano che prenderà piede l'uso dell'intelligenza artificiale nel mondo dell'informazione? In quale di queste affermazioni si ritrova maggiormente?

Le ricerche interne ai social network (soprattutto TikTok) stanno sostituendo, soprattutto tra i più giovani, i motori di ricerca come Google...

2 su 3

**ritengono che questa
nuova consuetudine
vada a svantaggio delle
fonti giornalistiche
professionali**

Il fatto che alcuni influencer/YouTuber/TikToker, che non sono giornalisti professionisti, proponano sui loro social contenuti comparabili all'informazione (su guerre, economia, attualità) rappresenta più un rischio o una opportunità?

7 su 10

pensano che sia un **rischio** perché fanno aumentare il rischio di diffusione di notizie false, imprecise, manipolate

Solo una minoranza

pensa che sia un'opportunità perché avvicinano comunque persone più giovani e le sensibilizzano sull'importanza di sapere cosa succede nel mondo



L'AGENCY DEI GIORNALISTI VS. ALGORITMI, SOCIAL E AI

5 su 10

Pensano che **il ruolo della stampa resta il più importante** perché sono i contenuti degli editori tradizionali ad alimentare principalmente le fonti algoritmiche

4 su 10

Pensano che l'agency umana dei giornalisti e il metodo giornalistico **sono sempre meno centrali/efficaci**

“La polarizzazione dell’opinione pubblica spinge i lettori a seguire fonti di informazione molto vicine alle loro idee, a stare quindi sempre di più nella propria ‘eco chamber’ e a non essere esposti a opinioni diverse”

9 su 10

sono d’accordo

(punteggio 6+)

E la maggioranza pensa che questa situazione renda molto difficile il lavoro giornalistico e faciliti il diffondersi della disinformazione

D20 “La polarizzazione dell’opinione pubblica spinge i lettori a seguire fonti di informazione molto vicine alle loro idee, a stare quindi sempre di più nella propria ‘eco chamber’ e a non essere esposti a opinioni diverse”. Quanto è d’accordo con questa affermazione su una scala da 1 a 10 dove 1 indica “per niente d’accordo” e 10 “completamente d’accordo”?

6 su 10

**pensano di essere
influenzati da
piattaforme e
fonti algoritmiche
nella scelta dei
contenuti informativi**

Quando l'agenda pubblica è occupata da "fatti" non selezionati con metodo giornalistico ma resi virali dalle fonti algoritmiche...

9 su 10

valutano caso per caso e li ignorano se considerati irrilevanti

Solo una minoranza tiene sempre conto di questi fatti perché è importante che il lettore non si senta mai escluso

LE RICADUTE DI DIGITALE E AI SULLA QUALITÀ DELL'INFORMAZIONE



7 su 10

**utilizzano
strumenti/
programmi di
misurazione**

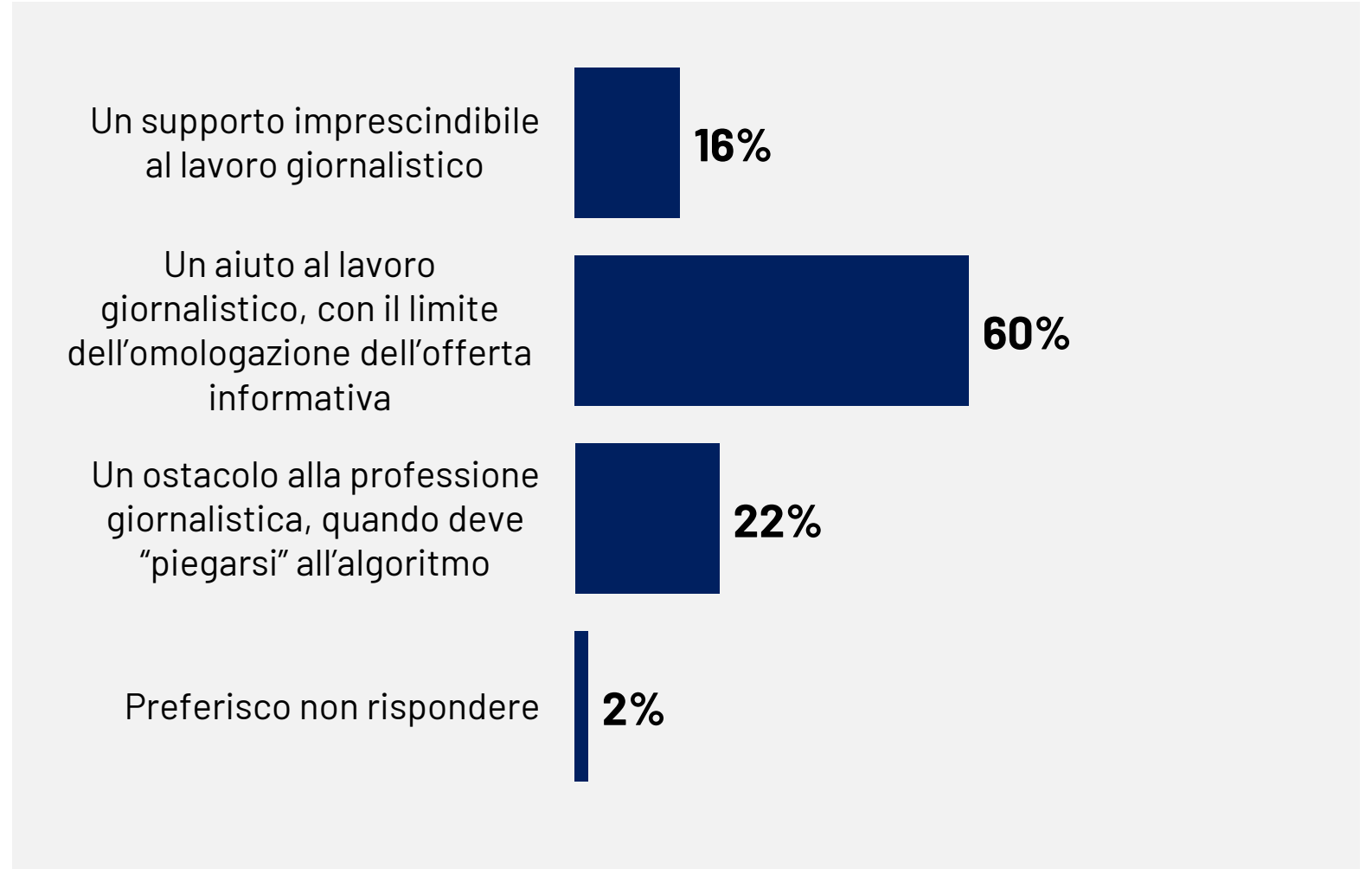
D25 Lei per la sua attività giornalistica utilizza questo tipo di strumenti/programmi di misurazione?

1 su 3

li utilizza molto
(punteggio 8-10)

D25A Indicativamente quanto utilizza questo tipo di strumenti/programmi di misurazione su una scala da 1 (poco) a 10 (tanto)?

L'uso di indici di lettura e la misurazione di engagement aiuta, ma si percepisce il rischio omologazione



D24 Secondo lei l'utilizzo di strumenti/programmi che misurano l'indice di lettura degli articoli e l'engagement di lettori rappresenta principalmente ...

Prevale la sensazione che l' AI avrà un impatto negativo sulla qualità e accuratezza dei contenuti di informazione

IMPATTO PREFIGURATO DELL'AI SULLA QUALITÀ EDITORIALE

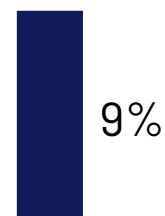
L'AI può aiutare i giornalisti ad essere più veloci/produttivi ma tenderà a compromettere qualità e accuratezza dell'informazione offerta



L'AI può aiutare i giornalisti ad essere più veloci/produttivi senza necessariamente compromettere qualità e accuratezza dell'informazione offerta



Preferisco non rispondere



D17 Quale di queste due situazioni considera più probabile?

L'International News media Association ha stimato che il 72% delle testate ha iniziato a porre particolare enfasi alla lotta alle fake news con campagne e certificazioni che enfatizzano la correttezza dell'operato giornalistico

9 su 10

ritengono che iniziative di questo tipo possono avvicinare/riavvicinare alla lettura il pubblico

D21 L'International News media Association ha stimato che il 72% delle testate ha iniziato a porre particolare enfasi alla lotta alle fake news con campagne e certificazioni che enfatizzano la correttezza dell'operato giornalistico. Secondo lei iniziative di questo tipo possono essere importanti per avvicinare/riavvicinare alla lettura il pubblico?

IN SINTESI



Summary

1

Percezione di una professione in difficoltà

2

Consapevolezza della crucialità delle sfide poste dal digitale

3

I tentativi di risposta sembrano ancora timidi

4

Incertezza rispetto al digitale come opportunità

GRAZIE