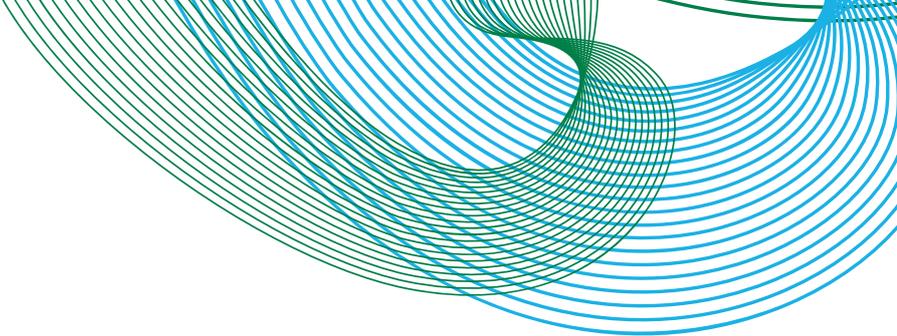


L'intelligenza artificiale nella professione del giornalista

Febbraio 2025

Indice



Una chiave di interpretazione sui nuovi giornalismo <i>di Carlo Bartoli</i>	5
Professione giornalistica e intelligenza artificiale. Quale ruolo per l'Università. <i>di Carlo Chianura, Gennaro Iasevoli, Simone Mulargia</i>	6
Uno studio per la qualità della formazione <i>di Antonio Rossano</i>	8
1. Obiettivi e metodo dell'indagine	11
2. Caratteristiche socio-demografiche e geografiche	12
3. Composizione della redazione e inquadramento professionale	14
4. Familiarità. Conoscenza degli strumenti di IA	18
5. Frequenza. Utilizzo degli strumenti di IA nella pratica professionale	20
6. Percezione. Giudizi positivi e negativi implicazioni dell'IA nel giornalismo	23
7. Formazione	28
Appendice	34

Una chiave di interpretazione sui nuovi giornalismo

di **Carlo Bartoli**, Presidente nazionale dell'Ordine dei giornalisti

Siamo in una fase di grandi trasformazioni, comprendere quello che accade è necessario per individuare proposte che affermino il valore della nostra professione. Il giornalismo si deve innovare continuamente mantenendo saldi i suoi valori fondamentali. Non siamo più il centro dello scenario dell'informazione, ma rappresentiamo una professione fondamentale per garantire il diritto del cittadino ad essere informato, un diritto che è un pilastro della democrazia moderna e che viene sancito dalla nostra Costituzione.

I giornalisti hanno affrontato la non facile transizione dal caldo al freddo, con l'arrivo dei computer; abbiamo avuto di fronte le gioie e dolori del web e adesso dobbiamo fare i conti con la IA generativa. La ricerca svolta insieme alla LUMSA ci offre elementi importanti per comprendere impatto e percezione di questi nuovi sistemi e, da qui, spunti su come rapportarci ad essi.

Nessuna demonizzazione e neanche squilli di tromba. La IA può essere un utile strumento per semplificare, nelle redazioni, lavori e mansioni ripetitive oppure analizzare e gestire grandi mole di dati o rendere più efficace e rapido l'utilizzo degli archivi. Nel nuovo Codice deontologico per i giornalisti abbiamo inserito delle chiare indicazioni sull'utilizzo della IA, che deve sempre essere trasparente, tracciata e sotto controllo umano. Principi che ritroviamo anche nell'IA Act varato dall'Unione europea e nella legge quadro in discussione nel nostro Parlamento.

Si pone quindi il problema di un corretto utilizzo di questi strumenti per l'organizzazione e la gestione dei flussi delle notizie. Sarebbe assolutamente negativo utilizzarli per abbattere i costi e quindi tagliare il personale delle redazioni. Da questo punto di vista sono preoccupato dall'indisponibilità a un serio di ogni confronto da parte del mondo dell'editoria. L'Ordine ha avanzato proposte concrete anche agli editori senza ottenere risposte. Questo ci allarma perché si potrebbero ripetere errori compiuti con l'arrivo del digitale che ha portato ad un impoverimento del sistema editoriale invece di puntare sulla qualità. Al contrario, occorre ribadire l'importanza e il ruolo dell'informazione professionale, a maggior ragione in questa fase in cui tutti possono accedere ad una infinità di canali di informazione. I giornalisti possono fare da bussola in questo mare in tempesta, anche utilizzando l'intelligenza artificiale.

Professione giornalistica e intelligenza artificiale. Quale ruolo per l'Università.

di **Gennaro Iasevoli**, Professore di Economia e Gestione delle Imprese - Prorettore alla ricerca e internazionalizzazione - Università LUMSA di Roma; **Carlo Chianura**, *Giornalista*, Direttore del Master in Giornalismo - Università LUMSA di Roma; **Simone Mulargia**, Professore di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi - Università LUMSA di Roma;

Lo studio scientifico dei fenomeni comunicativi e del marketing ci obbliga a un faticoso (ma necessario) equilibrismo tra passato e futuro. La nostra comprensione degli avvenimenti deve sempre tornare a osservare l'architettura teorica che fa da fondamento alla comprensione del mondo, ma allo stesso tempo deve cercare di interpretare l'attualità, quando non anticipare il cambiamento.

La ricerca che presentiamo oggi rappresenta una sintesi (speriamo) efficace ed innovativa di questa condizione di coabitazione tra passato e futuro per almeno tre ordini di ragioni: il ruolo della formazione; la questione delle competenze; i rapporti con gli stakeholder.

Si tratta di una ricerca che sposta in avanti il confine della formazione di qualità. Non esiste, infatti, impresa di formazione che non si arricchisca del connubio tra teoria e nuove conoscenze empiriche. Solo in questo modo è possibile rinnovare le conoscenze nel solco della tradizione e offrire ai nostri allievi e alle nostre allieve una sintesi innovativa.

Lo sviluppo dell'intelligenza artificiale è altresì un terreno di prova della nostra capacità di interpretare il cambiamento. Tale sforzo cognitivo ed epistemologico ha nelle competenze una risorsa essenziale. Si tratta di comprendere e insieme agire concretamente nei differenti scenari in cui il cambiamento si manifesta. Intercettare i bisogni formativi di una categoria professionale così complessa e rappresentativa come i giornalisti è un punto di partenza essenziale per riorientare la nostra attività di formatori ma anche per condividere con il sistema paese un'agenda delle conoscenze e delle competenze che dovranno essere messe presto a disposizione di differenti fasce di popolazione. La progettazione e la realizzazione di una ricerca come questa è, di per sé stessa, un banco di prova per il mondo universitario nel suo necessario rapporto con gli stakeholder per tentare di superare la tendenza all'autoreferenzialità.

Le diverse sensibilità degli attori in campo hanno cercato un bilanciamento finalizzato a uscire dalla propria zona di confidenza per sottoporsi allo sguardo incrociato dell'altro. Solo in questo modo è possibile produrre conoscenza condivisa, e dunque spendibile al di là dei propri steccati disciplinari.

Entrando brevemente nel dettaglio della ricerca, abbiamo cercato di operativizzare i temi della conoscenza e dell'utilizzo degli strumenti di intelligenza artificiale per la professione giornalistica non dimenticando il ruolo delle percezioni che i professionisti della comunicazione hanno di questi strumenti.

La ricerca restituisce una fotografia del cambiamento in atto, in una fase iniziale in cui è essenziale tornare alla stabilità dei numeri per non cadere vittime delle oscillazioni tra entusiasmo e catastrofe tipiche del dibattito pubblico. Un cambiamento che ancora non è entrato nel quotidiano. Un coinvolgimento forse più episodico ed esplorativo, ma non ancora capace di modificare l'assetto complessivo della professione. Conoscenze e utilizzi che appaiono abbastanza omogenei, con alcune lievi differenze tra pubblicisti e professionisti, come verrà nel dettaglio argomentato nelle pagine che seguono.

Per quanto riguarda la percezione, la ricerca sembra aver colto nel segno nello stimolare la capacità immaginativa dei giornalisti. Emerge un quadro a tinte contrastanti, in cui giudizi positivi e negativi si accavallano, in cui vecchie certezze (il ritorno all'importanza del "mestiere") e nuove paure (fake news, effetto sostituzione) si mescolano in maniera più variegata e accorta di quanto non siamo portati a credere. Anche solo per questo richiamo alla complessità della realtà sociale e professionale dei giornalisti vale la pena continuare a investire in questo tipo di ricerche empiriche.

In conclusione, in un clima di evidente incertezza rispetto al futuro, la ricerca restituisce due chiavi di lettura per interpretare l'atteggiamento dei giornalisti: il richiamo alla specificità della professione e il bisogno di formazione. Gli strumenti tecnologici dovranno integrarsi nella professione, cercando un equilibrio (difficile, ma non impossibile) tra vecchio e nuovo, all'interno di un quadro di regole condivise e possibilmente dichiarate in anticipo come vere e proprie regole di ingaggio per l'utilizzo dell'intelligenza artificiale. Ma soprattutto: la volontà di non trincerarsi all'interno dei rassicuranti confini del passato, abbracciando la sfida della formazione di qualità. È questa una prospettiva che sembra mettere d'accordo la maggioranza dei professionisti della comunicazione che hanno partecipato a questa ricerca. Quasi un richiamo alle istituzioni affinché programmino per tempo l'accompagnamento al cambiamento. Una sfida che non può cogliere impreparata l'università.

Uno studio per la qualità della formazione

di **Antonio Rossano**, Coordinatore dell'Osservatorio sul Giornalismo digitale Ordine dei giornalisti.

Lo studio condotto dall'Università LUMSA, in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti, relativo alle conoscenze e alle attitudini dei professionisti dell'informazione in materia di intelligenza artificiale, rappresenta un importante strumento di analisi per l'Ordine, fornendo una mappatura accurata del livello di competenza e delle percezioni dei propri iscritti rispetto all'adozione delle nuove tecnologie, con lo sguardo rivolto ad una delle missioni istituzionali principali, ovvero la formazione professionale continua.

Come tutte le raccolte ed analisi dei dati non vuole e non può essere esaustiva, né definire criteri assoluti; troppe sono, come in tutte le survey, le tessere che mancano al puzzle: non sono integrati, ad esempio, dati di uso del sito né di lettura della newsletter, luoghi da cui il questionario è stato rilanciato. Potremmo pertanto deduttivamente affermare che il questionario è stato compilato da coloro che maggiormente seguono le attività informative dell'Ordine e quindi quelle digitali.

Questo appare essere un punto di partenza distintivo e qualificativo per la popolazione della nostra survey: si tratta di una popolazione di 972 giornalisti caratterizzata da interesse per la comunicazione istituzionale interna, un aspetto che incide sulla qualità delle risposte fornite, in quanto i partecipanti risultano più informati e coinvolti nei processi di aggiornamento professionale. Tuttavia, questa caratteristica potrebbe anche limitare l'ampiezza della visione complessiva, escludendo potenzialmente segmenti di professionisti meno attenti o meno integrati nelle dinamiche istituzionali.

Un dato rilevante emerso dallo studio riguarda la distribuzione anagrafica dei rispondenti: 269 giornalisti (tra professionisti e pubblicisti) hanno almeno 59 anni, mentre 66 hanno 71 anni o più, portando il totale degli over 59 a 335 persone, ossia oltre un terzo del campione analizzato.

Questo elemento dovrebbe assumere una particolare rilevanza nella pianificazione dei programmi formativi futuri, evidenziando la necessità di adottare un approccio inclusivo e differenziato, che tenga conto delle diverse competenze di base e delle esigenze specifiche delle varie fasce d'età.

Affinché l'aggiornamento professionale possa essere efficace per l'intera comunità giornalistica, sarebbe utile strutturare i corsi di formazione in modo da bilanciare l'innovazione tecnologica con percorsi di apprendimento accessibili anche ai giornalisti più esperti, garantendo così un'adeguata preparazione per tutti gli operatori del settore.

Più del 70% dei rispondenti lavora in una piccola redazione, con un organico fino a 10 unità, mentre una percentuale minore opera in strutture di medie dimensioni (10-25 persone). Tale predominanza di piccole unità operative è tipica del sistema mediatico italiano, caratterizzato da una forte frammentazione territoriale e da una concentrazione geografica nelle grandi città come Roma, Milano e altre aree centrali. Questa configurazione comporta limitazioni in termini di risorse e capacità di innovazione tecnologica, soprattutto se paragonata a modelli organizzativi di aziende editoriali di mercati più consolidati.

Studi internazionali, come il Digital News Report 2024 ^a, evidenziano che, nei mercati più maturi come quelli degli Stati Uniti, del Regno Unito e dei paesi nordici, le aziende editoriali tendono ad avere redazioni di dimensioni maggiori, caratterizzate da una struttura più solida e da una migliore capacità di adattamento ai cambiamenti del settore.

Queste realtà, pur dovendo affrontare problematiche contingenti legate al downsizing dovuto alle pressioni economiche ed alla concorrenza digitale, dispongono di maggiori risorse per investire in tecnologie avanzate e per sviluppare strategie di innovazione digitale, sia in termini di produzione dei contenuti che di modelli di business.

Di fronte a questo scenario, è evidente che le redazioni di piccole dimensioni, che rappresentano una componente significativa del panorama editoriale italiano, hanno esigenze e sfide specifiche nell'implementazione delle nuove tecnologie e nei percorsi di formazione per i giornalisti.

Rispetto ai colleghi legati alle grandi testate, spesso dotate di reparti specializzati e risorse finanziarie più consistenti, i giornalisti che operano nelle piccole redazioni potrebbero trarre beneficio da programmi formativi mirati, progettati per rispondere alle loro necessità operative.

^a Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report 2024, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

Tali programmi dovrebbero tenere conto delle differenze organizzative e delle diverse esigenze, offrendo soluzioni flessibili e scalabili, in grado di supportare, nell'adozione di strumenti digitali, nell'integrazione di processi automatizzati e nell'ottimizzazione dell'efficienza produttiva, quei giornalisti che operano nelle realtà più ridotte.

Un aspetto cruciale che emerge dai dati riguarda la natura dei contratti: il 57% dei giornalisti intervistati opera con contratti atipici – freelance, collaborazioni con partita IVA o contratti a termine – mentre solo il 31,6% beneficia di un rapporto di lavoro a tempo indeterminato.

Questa prevalenza di forme contrattuali flessibili è in parte conseguenza sia delle rappresentate dimensioni strutturali delle aziende, sia delle pressioni economiche e della necessità di contenimento dei costi, ma comporta anche problematiche in termini di stabilità, formazione interna e accumulo di competenze tecnologiche.

Dalla ricerca emerge chiaramente come la struttura delle aziende editoriali e la natura dei contratti possano influire sulla capacità di innovazione e adattamento tecnologico del settore giornalistico. Per consentire al giornalismo di svilupparsi in modo efficace e sostenibile, è fondamentale sviluppare percorsi di formazione su misura, calibrati sulle diverse esigenze dei professionisti e sulle specificità delle redazioni, soprattutto quelle di piccole dimensioni.

In quest'ottica, potrebbe rivelarsi particolarmente utile la creazione di tavoli di lavoro condivisi tra l'Ordine dei Giornalisti, le aziende editoriali, gli stessi giornalisti e gli enti formativi. Questi spazi di confronto potrebbero favorire lo sviluppo di programmi di aggiornamento realmente rispondenti alle necessità del settore, promuovendo un equilibrio tra innovazione tecnologica, formazione continua e tutela della qualità dell'informazione.

1. Obiettivi e metodo dell'indagine

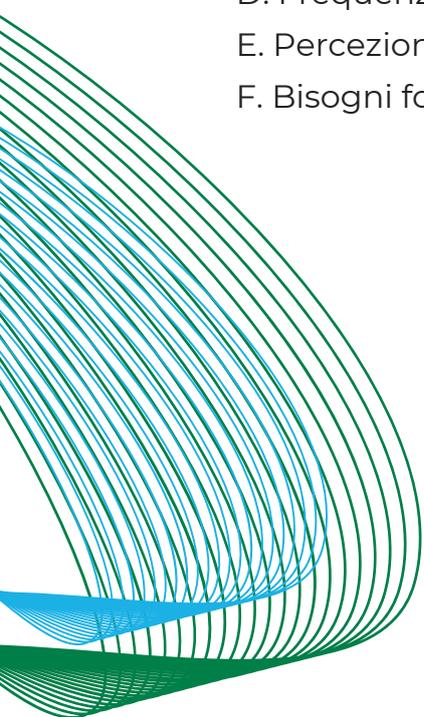
L'indagine, frutto della collaborazione tra l'Ordine Nazionale dei Giornalisti e l'Università LUMSA, ha l'obiettivo di esplorare la complessa relazione tra le tecnologie di IA e la professione giornalistica, concentrando l'attenzione su una molteplicità di aspetti che impattano, da un lato, sul lavoro dei singoli professionisti e, dall'altro, sulle routine produttive delle redazioni.

Più analiticamente, il questionario punta a valutare l'attuale livello di familiarità e di utilizzo delle tecnologie di IA tra i giornalisti, determinando la loro comprensione e percezione di tali strumenti, nonché identificando potenziali benefici e rischi associati all'adozione dell'IA nel giornalismo.

Il questionario è stato predisposto e distribuito con Google Moduli; l'Ordine ne ha dato notizia sul proprio sito ed anche attraverso la propria newsletter interna. L'arco temporale di raccolta dei dati è stato di circa tre mesi, da metà novembre 2024 a gennaio 2025, raggiungendo 972 rispondenti validi.

Di seguito vengono illustrati i principali risultati raggruppati in 6 sezioni:

- A. Caratteristiche socio-demografiche e geografiche
- B. Inquadramento professionale e composizione della redazione
- C. Familiarità. Conoscenza degli strumenti di IA
- D. Frequenza. Utilizzo degli strumenti di IA nella pratica professionale
- E. Percezione. Giudizi positivi e negativi
- F. Bisogni formativi



2. Caratteristiche socio-demografiche e geografiche

La fascia d'età più rappresentata nel campione è 43-58 anni (43.9%), seguita da 59-70 anni (27.7%) e 28-42 anni (18.1%). I rispondenti sono dunque principalmente professionisti di mezza età e veterani del settore.

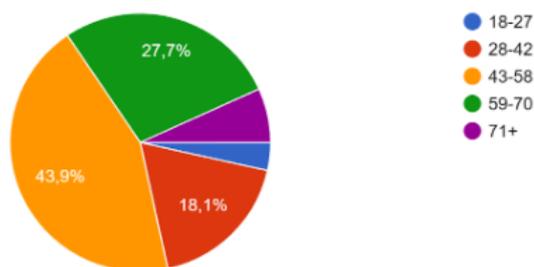
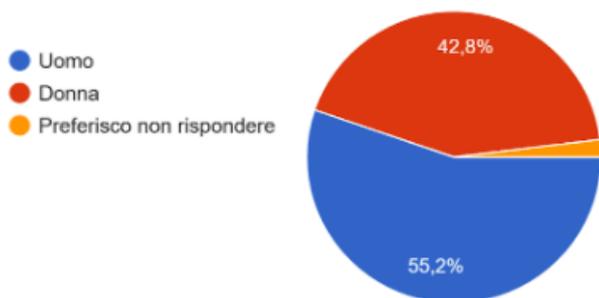


Fig. 1 Quanti anni ha?

Fig. 2 Qual è il genere in cui si identifica?



Il 55.2% dei partecipanti si identifica nel genere maschile, mentre il 42.8% si identifica nel genere femminile, con un 2% che ha preferito non rispondere.

Le regioni più rappresentate sono il Lazio (20.7%), la Lombardia (15.3%) e la Toscana (11.5%). La regione del Mezzogiorno più rappresentata, al quarto posto complessivo, è la Puglia, con 76 rispondenti (7,9%). Questo indica una concentrazione di giornalisti nelle regioni del Nord e del Centro, con grandi centri editoriali, come Roma e Milano.

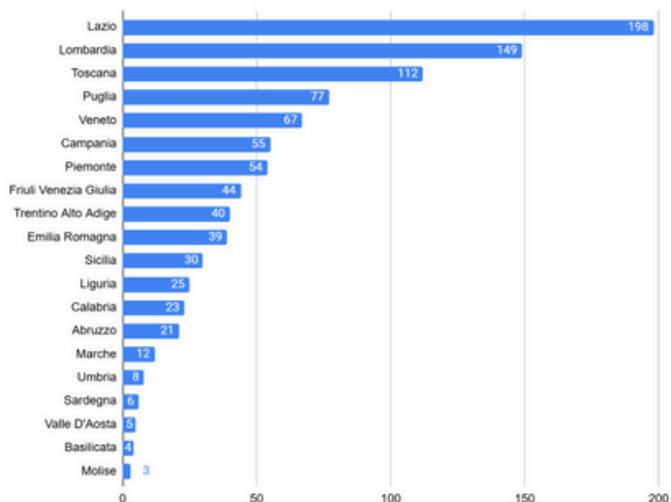
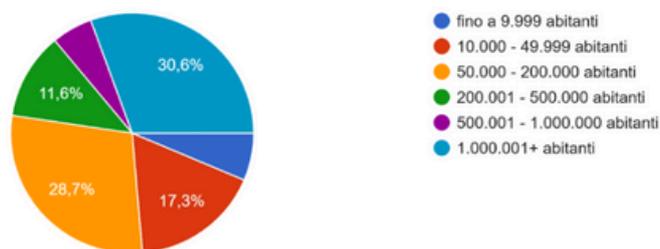


Fig.3 In quale regione vive?

La provenienza regionale ha certamente influito sulla distribuzione dei rispondenti in base alle dimensioni della città in cui lavorano, da cui emergono due categorie dominanti: le città con 50.000 - 200.000 abitanti e quelle con oltre 1.000.001 abitanti raccolgono rispettivamente 279 e 297 risposte (pari al 28,7% e al 30,6% del totale). Sono meno rappresentate invece sia le piccole città (quelle con 10.000 - 49.999 abitanti, 17,3% del totale), sia quelle di medie dimensioni, tra 200.000 abitanti e 1.000.000 di abitanti. (11,6%).

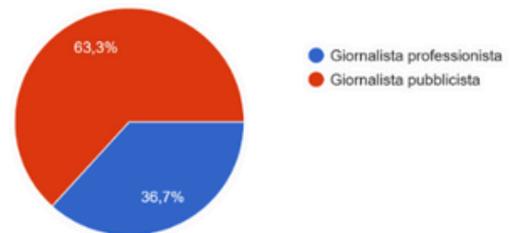
Fig. 4. Quali sono le dimensioni della città nella quale lavora?



3. Composizione della redazione e inquadramento professionale

La maggioranza dei rispondenti è iscritta all'Ordine come giornalista pubblicista (63.3%); laddove i professionisti rappresentano il 36.7% dei rispondenti.

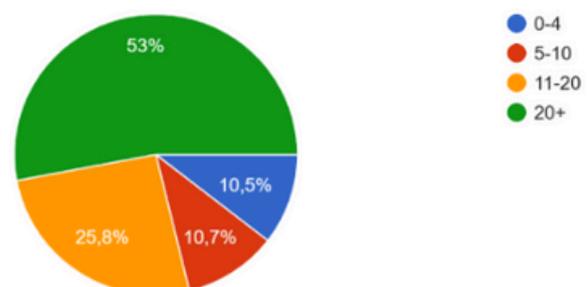
Fig. 5. Lei è iscritto all'Ordine dei giornalisti in qualità di:



Se la disparità tra pubblicisti e professionisti non è particolarmente connotata in termini di genere ed età, una diversa distribuzione dei rispondenti nei due diversi gruppi riguarda l'esperienza lavorativa, infatti, in termini di esperienza professionale, solo il 45,2% dei pubblicisti ha 20 o più anni di esperienza, contro il 66,4% dei giornalisti professionisti.

Complessivamente, il dato più rilevante relativo all'esperienza lavorativa è che il 53% dei rispondenti ha oltre 20 anni di esperienza, seguito dal 25.8% che ha tra 11 e 20 anni di esperienza. Questo indica che il campione è composto principalmente da giornalisti esperti, con almeno 10 anni di esperienza (78,8%).

Fig. 6. Quanti anni di esperienza ha nel settore giornalistico?



Per quanto riguarda l'esperienza nel settore, tendenzialmente risulta che i professionisti hanno una maggiore anzianità di servizio (circa l'81% supera gli 11 anni di esperienza) rispetto ai pubblicisti (circa il 74% supera gli 11 anni di esperienza)

Questa maggiore esperienza dei professionisti invece non emerge per quanto riguarda l'età anagrafica: infatti, la distribuzione tra le classi è praticamente analoga tra i professionisti e i pubblicisti.

Fig. 7. Tavola di contingenza (*Lei è attualmente iscritto all'Ordine come; *Quanti anni ha?)

			6. Quanti anni ha?					
			18-27	28-42	43-58	59-70	71+	Totale
1 Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	Giornalista Professionista	Conteggio	14	57	166	93	27	357
		% in 1 Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	3,9%	16,0%	46,5%	26,1%	7,6%	100,0%
	Giornalista Pubblicista	Conteggio	20	119	261	176	39	615
		% in 1 Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	3,3%	19,3%	42,4%	28,6%	6,3%	100,0%
Totale	Conteggio		34	176	427	269	66	972
	% in 1 Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:		3,5%	18,1%	43,9%	27,7%	6,8%	100,0%

Con riferimento all'inquadramento lavorativo si rilevano delle differenze significative tra le classi; infatti il 36% dei rispondenti è rappresentato dalla categoria dei collaboratori freelance e il 20,4% dai collaboratori con partita iva. Il 57% dei partecipanti dunque opera in un regime di lavoro c.d. atipico (diverso cioè dal lavoro dipendente) e, soprattutto, in rapporto di autonomia rispetto a un committente, contro un 31,6% di rispondenti che invece dichiara un rapporto lavorativo a tempo indeterminato.

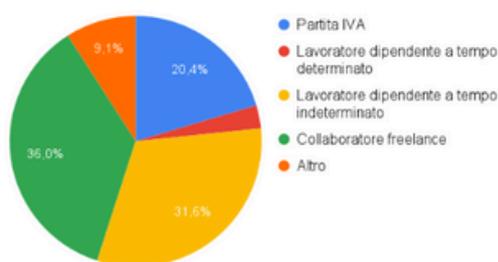


Fig. 8. Qual è il suo attuale inquadramento lavorativo come giornalista/pubblicista?

Rispetto a questa variabile, emergono significative differenze tra i professionisti e i pubblicisti soprattutto per quanto riguarda la tipologia di contratto a tempo indeterminato: infatti risulta che i primi sono assunti per circa il 50% a fronte del 31,6% dei pubblicisti. Conseguentemente, ne deriva che per i pubblicisti la collaborazione "freelance" è quella maggiormente rappresentata (47,3% rispetto al 16,5% dei professionisti).

Fig.9. Tavola di contingenza (*Lei è attualmente iscritto all'ordine come; * Qual è il suo attuale inquadramento lavorativo).

			2. Qual è il suo attuale inquadramento lavorativo come giornalista?					
			Lavoratore dipendente a tempo indeterminato	Lavoratore dipendente a tempo determinato	Collaboratore freelance	Partita IVA	Altro (specificare)	Totale
1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	Giornalista Professionista	Conteggio	176	12	59	71	39	357
		% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	49,3%	3,4%	16,5%	19,9%	10,9%	100,0%
	Giornalista Pubblicista	Conteggio	131	17	291	127	49	615
		% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	21,3%	2,8%	47,3%	20,7%	8,0%	100,0%
Totale	Conteggio		307	29	350	198	88	972
	% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:		31,6%	3,0%	36,0%	20,4%	9,1%	100,0%

Il 25.3% dei rispondenti lavora in un giornale nativo digitale, mentre il 22.5% in imprese o uffici stampa e il 15.5% in un quotidiano tradizionale. Questo dato sarà da tenere in considerazione in quanto l'IA potrebbe essere maggiormente utilizzata nei media digitali, mentre le redazioni tradizionali potrebbero essere più caute nella sua implementazione. Le imprese e gli uffici stampa, invece, potrebbero adottare l'IA principalmente per l'automazione della comunicazione istituzionale e per snellire processi organizzativi interni più complessi di quelli a cui è sottoposto un giornalista freelance. Pressoché la metà dei giornalisti professionisti rispondenti ha un contratto di lavoro dipendente a tempo indeterminato (49,3%, contro il 21% dei pubblicisti), mentre il 47,3% dei pubblicisti sono collaboratori freelance (contro il 16,5% dei professionisti). La quota dei lavoratori a partita IVA raggiunge invece livelli sostanzialmente equivalenti per entrambi i sottogruppi (19,9% per i professionisti e 20,7% per i pubblicisti).

Fig. 10. A quale tipo di redazione corrisponde attualmente il suo principale ambiente di lavoro?

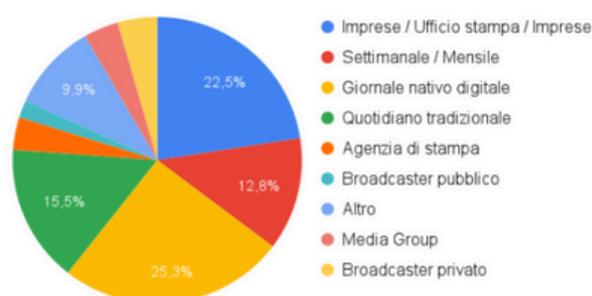


Fig. 11. Tavola di contingenza (*Lei attualmente è iscritto all'Ordine come; *A quale tipo di redazione corrisponde il suo principale ambiente di lavoro)

			4. A quale tipo di redazione corrisponde attualmente il suo principale ambiente di lavoro?									
			Giornale nativo digitale	Quotidiano tradizionale	Settimanale/Mensile	Media Group	Agenzia di stampa	Broadcaster pubblico	Broadcaster privato	Impresa pubblica o Ufficio stampa	Altro	Totale
1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	Giornalista Professionista	Conteggio	58	67	42	17	20	17	23	72	41	357
		% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	16,2%	18,8%	11,8%	4,8%	5,6%	4,8%	6,4%	20,2%	11,5%	100,0%
	Giornalista Pubblicista	Conteggio	188	84	82	21	16	2	20	147	55	615
		% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	30,6%	13,7%	13,3%	3,4%	2,6%	0,3%	3,3%	23,9%	8,9%	100,0%
Totale		Conteggio	246	151	124	38	36	19	43	219	96	972
		% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	25,3%	15,5%	12,8%	3,9%	3,7%	2,0%	4,4%	22,5%	9,9%	100,0%

E' interessante sottolineare che una consistente percentuale di pubblicisti (30,6%) collabora con giornali nativi digitali, mentre per i giornalisti professionisti risultano più impegnati in quotidiani tradizionali (18,8%) che in giornali nativi digitali (16,2%). In entrambe le categorie è diffusa la collaborazione con uffici stampa di imprese pubbliche o private.

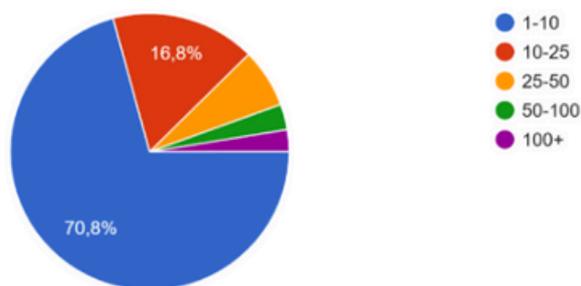


Fig. 12. Qual è il numero complessivo di giornalisti e redattori che lavorano nella sua redazione?

Quanto alle dimensioni della redazione, il 70,8% dei giornalisti intervistati lavora in piccole redazioni, con 1-10 giornalisti, mentre solo il 16,8% lavora in redazioni con 10-25 persone. La maggior parte dei giornalisti rispondenti opera quindi in strutture di piccole e medie dimensioni.

Considerando separatamente le due categorie professionali, la quota di giornalisti professionisti che lavorano in redazioni di medie e grandi dimensioni è lievemente ma costantemente più alta di quella dei pubblicisti che, per oltre il 90% dei casi, lavorano in piccole o medie redazioni.

Fig. 13. Tavola di contingenza (*Lei attualmente iscritto all'Ordine come; *Qual è il numero complessivo di giornalisti che lavorano nella sua redazione).

			5. Qual è il numero complessivo di giornalisti e redattori che lavorano nella sua redazione (faccia riferimento al suo principale ambiente di lavoro)?					
			1-10	10-25	25-50	50-100	100+	Totale
1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	Giornalista Professionista	Conteggio	218	74	34	15	16	357
		% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	61,1%	20,7%	9,5%	4,2%	4,5%	100,0%
	Giornalista Pubblicista	Conteggio	470	89	33	14	9	615
		% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	76,4%	14,5%	5,4%	2,3%	1,5%	100,0%
Totale		Conteggio	688	163	67	29	25	972
		% in 1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	70,8%	16,8%	6,9%	3,0%	2,6%	100,0%

4. Familiarità. Conoscenza degli strumenti di IA

In termini generali, emerge una conoscenza non elevata sui diversi strumenti. In particolare, la “traduzione dei testi” risulta l’ambito con la conoscenza più elevata, con un punteggio di 2,7, leggermente superiore alla media, seguita dagli strumenti per la produzione di immagini (2,30). La conoscenza risulta più scarsa nei confronti di strumenti di IA per la generazione di suoni e musica (1,85) e video (1,91).

Fig. 14 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? Esprima un valore su una scala da 1 a 5 dove 1 corrisponde a “nessuna conoscenza” e 5 corrisponde a “massima conoscenza” (valori medi)

	IA per la traduzione automatica di testi in lingua straniera (DeepL, Wordsmith etc.)	IA generative di immagini (Midjourney, Dall-e, Stable diffusion, etc.)	IA per il fact checking (DeepMind, etc.)	IA generative per la gestione dei social media (Brandwatch, etc.)	IA generative di video (D-ID, etc.)	IA generative di suoni, jingle e musica (Udio, Hydra II, etc.)
Media	2,736625514	2,297325103	1,986625514	1,958847737	1,905349794	1,849794239

Per quanto riguarda le differenze tra i pubblicitari e i professionisti, i valori medi di conoscenza non riportano divergenze particolarmente significative ma è possibile notare (Fig. 15) che la conoscenza media degli strumenti di IA è lievemente maggiore per i pubblicitari in tutte le categorie prese in esame.

Fig. 15. Tavola di contingenza (*Lei è attualmente iscritto all’Ordine come; *Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA)

1. Lei attualmente è iscritto all’Ordine come:	10.1 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI generative di immagini (Midjourney, Dall-e, Stable diffusion, etc.)	10.2 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI generative per la gestione dei social media (Brandwatch, etc.)	10.3 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI generative di video (D-ID, etc.)	10.4 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI generative di suoni, jingle e musica (Udio, Hydra II, etc.)	10.5 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI per il fact checking (DeepMind, etc.)	10.6 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI per la traduzione automatica di testi in lingua straniera (DeepL, Wordsmith etc.)
Giornalista Professionista	2,1849	1,8235	1,8543	1,7983	1,9188	2,7171
Giornalista Pubblicità	2,3626	2,0374	1,9350	1,8797	2,0260	2,7480
Totale	2,2973	1,9588	1,9053	1,8498	1,9866	2,7366

Benché l'IA generativa per immagini sia ancora poco esplorata nel giornalismo, questo genere di applicazioni fa registrare il secondo livello di conoscenza medio nel campione (2,3 per i pubblicitari e 2,1 per i professionisti) e tale variabile è l'unica sulla quale si rileva una differenza statisticamente significativa (sign. 0,0003).

La conoscenza maggiore riguarda le tecnologie per la traduzione di testi. Sebbene il 1 giornalista su 4 abbia dichiarato di non avere alcuna conoscenza di questi strumenti, la conoscenza media dichiarata è, sia per professionisti che per pubblicitari, buona (2,7/5). Tale tendenza potrebbe derivare dalla necessità quotidiana di tradurre rapidamente contenuti per un pubblico internazionale, una funzione che questi strumenti assolvono con elevata efficienza. Tuttavia, sebbene il dato sia relativamente più alto, rimane comunque significativo il numero di giornalisti con una conoscenza limitata o nulla, indicando margini di miglioramento nell'adozione di queste tecnologie, specialmente in un panorama mediatico sempre più globalizzato.

Prendendo in considerazione le dimensioni delle redazioni e le due categorie professionali (professionisti e pubblicitari) non emergono differenze significative nei livelli di conoscenza degli strumenti di IA.

5. Frequenza. Utilizzo degli strumenti di IA nella pratica professionale

Dai valori medi riportati nella Fig. 16 emerge che, in generale, i giornalisti utilizzano gli strumenti di IA con una frequenza relativamente bassa nel loro lavoro quotidiano.

Le due categorie di strumenti maggiormente utilizzate sono, nell'ordine, le tecnologie per la traduzione automatica di testi, che registrano un valore medio di 2,50 su 5 e gli strumenti di generazione di immagini, con un valore medio di 1,80 (Fig. 16). Al contrario, l'uso meno frequente riguarda gli strumenti di IA generativa per la creazione di suoni, che presentano il valore medio più basso, pari a 1,69, ovvero prossimo al non utilizzo.

Fig. 16 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (Valori medi su una scala da 1 (che corrisponde a "mai") a 5 (che corrisponde a "sempre").

1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:	11.1 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di immagini (Midjourney, Dall-e, Stable diffusion, etc.)	11.2 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative per la gestione dei social media (Brandwatch, etc.)	11.3 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di video (D-ID, etc.)	11.4 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di suoni, jingle e musica (Udio, Hydra II, etc.)	11.5 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI per il fact checking (DeepMind, etc.)	11.6 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI per la traduzione automatica di testi in lingua straniera (DeepL, Wordsmith etc.)
Giornalista Professionista	1,8880	1,7619	1,7087	1,7059	1,8039	2,4314
Giornalista Pubblicista	1,9984	1,8228	1,6992	1,6878	1,9512	2,5528
Totale	1,9578	1,8004	1,7027	1,6944	1,8971	2,5082

Nel dettaglio emerge che:

- la Traduzione automatica (Fig. 17) è lo strumento di IA più utilizzata, ed in particolare il 27,2% la usa spesso o sempre (ma circa il 52% non la usa o la usa solo raramente);

- la Generazione di immagini (Fig. 18) è la seconda tecnologia di IA più utilizzata ed in particolare il 12,4% la usa spesso o sempre (ma circa il 71% non la usa o la usa solo raramente);
- gli strumenti per social, video, suoni e fact-checking restano poco adottati (oltre $\frac{3}{4}$ del campione praticamente non usa tali strumenti).

Fig. 17 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI per la traduzione automatica di testi in lingua straniera (Deeple, Wordsmith, etc.)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	334	34,4	34,4	34,4
	Raramente	174	17,9	17,9	52,3
	A volte	200	20,6	20,6	72,8
	Spesso	164	16,9	16,9	89,7
	Sempre	100	10,3	10,3	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

Fig. 18 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di immagini (Midjourney, Dall-e, Stable Diffusion, etc.)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	487	50,1	50,1	50,1
	Raramente	204	21,0	21,0	71,1
	A volte	160	16,5	16,5	87,6
	Spesso	77	7,9	7,9	95,5
	Sempre	44	4,5	4,5	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

Le differenze tra le categorie risultano lievi, con valori che oscillano tra 1,69 e 2,50, suggerendo che, sebbene alcuni strumenti di IA trovino maggiore applicazione rispetto ad altri, nessuno di essi è ancora ampiamente diffuso o percepito come indispensabile nella pratica giornalistica. Questo dato indica che, nonostante la crescente disponibilità di tecnologie basate sull'IA nel settore, il loro utilizzo concreto rimane ancora limitato. Uno dei principali ostacoli alla loro adozione potrebbe essere la scarsa familiarità con questi strumenti, come già emerso dal set di risposte precedentemente illustrato.

Non emergono grandi differenze tra pubblicitari e professionisti se non per l'utilizzo degli strumenti di "fact checking": infatti, emerge che tale variabile è l'unica sulla quale si rileva una differenza statisticamente significativa (sign. 0,024).

Prendendo in considerazione le dimensioni delle redazioni, come si può notare nella tabella che segue (Fig. 19), tra professionisti e pubblicitari non emergono differenze significative nella frequenza di utilizzo degli strumenti di IA.

Fig. 19. Tavola di contingenza (*Numero di giornalisti per redazione; *Quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA)

rev5.Qual è il numero complessivo di giornalisti e redattori che lavorano nella sua redazione (faccia riferimento al suo principale ambiente di lavoro)?	11.1 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di immagini (Midjourney, Dall-e, Stable diffusion, etc.)	11.2 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative per la gestione dei social media (Brandwatch, etc.)	11.3 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di video (D-ID, etc.)	11.4 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di suoni, jingle e musica (Udio, Hydra II, etc.)	11.5 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI per il fact checking (DeepMind, etc.)	11.6 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI per la traduzione automatica di testi in lingua straniera (DeepL, Wordsmith etc.)
1-10	1,9477	1,7791	1,6802	1,6613	1,8547	2,5058
Più di 10	1,9824	1,8521	1,7570	1,7746	2,0000	2,5141
Totale	1,9578	1,8004	1,7027	1,6944	1,8971	2,5082

6. Percezione. Giudizi positivi e negativi

6.a Implicazioni dell'IA nel giornalismo

L'analisi delle risposte fornite dai giornalisti rispetto all'accordo con alcune affermazioni relative alle implicazioni dell'IA per il giornalismo evidenzia una visione contrastante dell'impatto dell'intelligenza artificiale (IA) nel settore. Da un lato, l'IA è vista come uno strumento che migliora l'efficienza e l'innovazione; dall'altro, emergono forti perplessità riguardo ai costi, alla trasparenza e alle implicazioni sulla qualità dell'informazione.

I dati (Fig. 20) evidenziano un atteggiamento ambivalente dei giornalisti nei confronti dell'IA. Da un lato, viene riconosciuta la sua capacità di migliorare l'efficienza, soprattutto nella produzione di contenuti (63,3%) e nella raccolta delle informazioni (60,8%). Ma solo 1 giornalista su 5 crede che la verifica delle fonti, attività fondamentale nella professione giornalistica, possa essere migliorata dagli strumenti di IA. Emergono inoltre, importanti timori legati agli effetti dell'utilizzo di tali strumenti nella professione. La preoccupazione maggiore, espressa dalla metà degli intervistati (50,2%), è relativa alla produzione di contenuti di bassa qualità, ma non mancano quote importanti di giornalisti che esprimono preoccupazione rispetto ai potenziali effetti negativi sulle redazioni, come l'aumento del divario generazionale (34,4%) e l'aumento delle fake news (31,3%).

La maggioranza dei giornalisti (80,7%) concorda invece sulla necessità di regolamentare l'uso dell'IA e di garantire trasparenza, segnalando quando viene impiegata. Tuttavia, rimane forte l'idea che il giornalismo debba mantenere il suo carattere investigativo e critico, con l'IA vista più come un supporto che non come un sostituto della professione. Di seguito la sintesi dei dati principali organizzati per aree tematiche:

Efficienza e produttività

- il 63,3% ritiene che l'IA riduca i tempi di produzione dei contenuti
- il 60,8% afferma che velocizza la ricerca e la raccolta di informazioni
- il 35,7% crede che renda più efficienti le routine produttive di newsmaking.

Qualità dell'informazione e rischi

- il 50,2% teme che l'IA aumenti la produzione di contenuti di bassa qualità
- il 31,3% considera l'IA un rischio per la diffusione di fake news
- solo il 24% pensa che migliori la verifica delle fonti.

Adattamento e impatto sulle redazioni

- il 27,8% ritiene che l'IA renda difficile l'adattamento ai nuovi metodi di lavoro
- solo il 12,4% pensa che migliori la comunicazione tra colleghi
- il 34,4% crede che aumenti il divario generazionale tra giornalisti.

Regolamentazione e trasparenza

- il 76,3% è favorevole a dichiarare l'uso dell'IA nella produzione di contenuti
- l'80,7% sostiene che l'uso dell'IA debba essere regolamentato da leggi e codici deontologici.

Evoluzione della professione

- il 63,3% prevede la creazione di giornalisti di "serie A" e "serie B" in base alle competenze sull'IA.
- l'82,9% ritiene che il vero giornalista debba basarsi su ricerche sul campo e verifica critica delle fonti.

Fig.20 Esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni relative all'uso dell'IA nelle redazioni giornalistiche

	Riduce i tempi per la produzione di contenuti	Rende difficile per le redazioni adattarsi ai nuovi metodi di lavoro	Riduce i tempi per le fasi di ricerca e raccolta delle informazioni	Alza i costi degli strumenti e della formazione	Migliora la verifica delle fonti	Aumenta i contenuti di scarso valore	Rende più efficienti le routine produttive di news-making	Aumenta le fake-news	Permette una maggiore personalizzazione dei contenuti	Consente di creare format innovativi adatti ai social media	Riduce la trasparenza nei processi di news-making	Rende più efficaci le comunicazioni tra colleghi all'interno di una redazione	Aumenta i gap digitali e/o generazionali all'interno delle redazioni
Totalmente in disaccordo	4.7	12.4	6.0	14.0	19.5	6.7	6.0	6.0	9.3	6.4	5.3	19.3	5.8
In disaccordo	8.4	25.9	11.5	25.3	23.8	13.5	10.8	9.3	13.6	8.8	12.0	22.8	8.6
Neutro	23.6	33.8	21.7	35.8	32.7	29.6	36.7	23.9	33.6	33.3	36.5	40.2	22.7
D'accordo	41.8	21.8	39.7	18.3	16.3	27.9	35.8	31.7	31.4	35.5	28.6	12.3	34.7
Totalmente d'accordo	21.5	6.0	21.1	6.6	7.7	22.3	10.7	29.2	12.1	15.9	17.5	5.2	28.2

Dai dati presentati nella Fig. 21 emerge che, in media, i giornalisti mostrano un livello di accordo moderato riguardo agli effetti dell'IA sulla loro professione.

L'affermazione che registra il valore medio più alto (3,71) riguarda il timore che l'IA possa ampliare il divario generazionale tra i giornalisti, evidenziando una diffusa preoccupazione per l'impatto di queste tecnologie sulle disuguaglianze digitali all'interno della professione. Allo stesso modo, i giornalisti sembrano concordare sull'effetto negativo dell'IA in relazione alla diffusione delle fake news (3,69).

Seguono, con valori medi leggermente inferiori, alcuni vantaggi percepiti, come la capacità dell'IA di aumentare la velocità nella produzione di contenuti (3,67) e di favorire una maggiore trasparenza nel processo di newsmaking (3,41). L'IA è dunque considerata uno strumento potenzialmente utile per accelerare la produzione giornalistica, sebbene il tema della trasparenza rimanga oggetto di dibattito.

Dall'altro lato, le affermazioni che ricevono il minor grado di consenso riguardano l'efficacia dell'IA nel migliorare la comunicazione interna tra colleghi di redazione (2,61) e il suo contributo all'ottimizzazione del processo di verifica delle fonti (2,69). Questi dati suggeriscono che, pur esistendo un'apertura verso l'uso dell'IA nel giornalismo, persistono dubbi sulla sua reale utilità nel migliorare i flussi di lavoro interni.

Complessivamente, le differenze tra le risposte non risultano particolarmente marcate, con valori compresi tra 2,61 e 3,71. Tuttavia, emerge una maggiore preoccupazione per gli aspetti critici dell'IA, come il rischio di accentuare le disuguaglianze e la diffusione di fake news, rispetto ai suoi potenziali benefici in termini di efficienza e trasparenza.

Fig.21 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni (valori medi su una scala da 1 a 5 dove 1 corrisponde a "totalmente in disaccordo" e 5 a "totalmente d'accordo")

	L'uso dell'IA aumenta i gap (digitali e/o generazionali) tra giornalisti	L'uso dell'IA aumenta le fake news	L'uso dell' IA riduce i tempi per la produzione di contenuti	L'uso dell'IA riduce i tempi per le fasi di ricerca e raccolta delle informazioni	L'uso dell'IA aumenta i contenuti di scarso valore	L'uso dell'IA consente di creare format innovativi e più adatti ai social media	
Media	3.71	3.69	3.67	3.58	3.46	3.46	
	L'uso dell'IA riduce la trasparenza nei processi di newsmaking	L'uso dell'IA rende più efficienti le routine produttive di newsmaking	L'uso dell'IA permette una maggiore personalizzazione dei contenuti per pubblici diversi	L'adozione di strumenti di IA rende difficile per le redazioni e i giornalisti adattarsi ai nuovi metodi di lavoro	L'uso dell'IA alza i costi degli strumenti e della formazione	L'uso dell'IA migliora la verifica delle fonti	L'uso dell'IA rende più efficaci le comunicazioni tra colleghi all'interno di una redazione
Media	3.41	3.34	3.24	2.83	2.78	2.69	2.61

Per quanto riguarda le differenze di opinione tra giornalisti professionisti e pubblicisti, il livello di accordo con le affermazioni proposte (Fig. 22) è sempre più elevato nei pubblicisti quando la variabile ha una significatività statistica (12,3: sign. 0,004; 12,5: sign. 0,037; 12,6: sign. 0,010; 12.13: sign. 0,023).

Fig.22 Tavola di contingenza (*Lei attualmente è iscritto all’Ordine come;*Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni (valori medi su una scala da 1 a 5 dove 1 corrisponde a “totalmente in disaccordo” e 5 a “totalmente d’accordo”)

	12.1Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA riduce i tempi per la produzione di contenuti)	12.2Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA rende difficile per le redazioni e i giornalisti adattarsi ai nuovi metodi di lavoro)	12.3Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA riduce i tempi di ricerca e raccolta delle informazioni)	12.4Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA alza i costi degli strumenti e della formazione)	12.5Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA migliora la verifica delle fonti)	12.6Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA aumenta i contenuti di scarso valore)	12.7Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA rende più efficienti le routine produttive di newsmaking)	12.8Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA aumenta le fake news)	12.9Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA permette una maggiore personalizzazione dei contenuti per pubblici diversi)	12.10Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA consente di creare format innovativi e più adatti ai social media)	12.11Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA rende più efficaci le comunicazioni tra colleghi all'interno di una redazione)	12.12Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA rende più efficaci le comunicazioni tra colleghi all'interno di una redazione)	12.13Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA aumenta i gap generazionali tra giornalisti)
1.Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:													
Giornalista Professionista	3,6134	2,7983	3,4594	2,7395	2,5322	3,4902	3,2941	3,7171	3,1261	3,3417	3,4594	2,4902	3,6947
Giornalista Pubblicista	3,7308	2,8472	3,6569	2,8065	2,7789	3,4374	3,3740	3,6732	3,2952	3,5252	3,3789	2,6846	3,7171
Totale	3,6687	2,8292	3,5844	2,7819	2,6863	3,4568	3,3447	3,6893	3,2356	3,4578	3,4304	2,6132	3,7089

Anche prendendo in considerazione gli anni di esperienza, non emergono differenze significative nella percezione degli strumenti di AI: infatti, tendenzialmente i giornalisti con meno anni di esperienza esprimono giudizi solo lievemente più positivi, e tali differenze non risultano statisticamente significative.

6.b Impatto sulla professione

Dai dati presenti nella Fig. 23 emerge che, in media, i giornalisti mostrano un accordo elevato rispetto all'affermazione secondo la quale “vero giornalista” sia un professionista che si affida alle proprie competenze per raccogliere, analizzare e comunicare informazioni. Si tratta dell'affermazione relativa alle qualità professionali del giornalista che registra il valore medio più alto (4,32). Questo suggerisce che la maggior parte dei giornalisti consideri ancora il lavoro sul campo come l'elemento distintivo della professione.

Seguono, con valori medi leggermente inferiori, il consenso sulla necessità di regolamentare l'utilizzo dell'IA attraverso la legge o i codici deontologici (4,25) e l'importanza di specificare l'uso dell'IA nei contenuti giornalistici al momento della pubblicazione (4,16).

Questi dati suggeriscono una consapevolezza diffusa e condivisa tra i giornalisti rispetto alle implicazioni etiche dell'introduzione dell'IA nella professione, con un'attenzione particolare alla trasparenza e alla responsabilità nell'uso di tali strumenti.

L'affermazione che riceve il minor grado di consenso riguarda l'idea che, nei prossimi dieci anni, i giornalisti si distingueranno in base alla loro capacità di utilizzare l'IA (3,60). Questo valore potrebbe suggerire una percezione meno netta sul ruolo dell'intelligenza artificiale nel determinare il futuro della professione, lasciando spazio a un certo grado di incertezza sulle sue effettive implicazioni a lungo termine.

Le differenze tra le risposte non risultano particolarmente marcate, con valori compresi tra 3,60 e 4,32. Tuttavia, emerge una chiara preferenza per una visione del giornalismo fondata sulle competenze umane, affiancata da un'esigenza di regolamentazione e trasparenza nell'uso dell'IA, mentre rimane più incerto il ruolo che queste tecnologie avranno nel ridefinire la professione in futuro.

Fig. 23 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni (valori medi su una scala da 1 a 5 dove 1 corrisponde a "totalmente in disaccordo" e 5 a "totalmente d'accordo")

	Il "vero giornalista" è un professionista che si affida alle proprie competenze per raccogliere, analizzare e comunicare informare	L'utilizzo delle tecnologie di IA da parte dei giornalisti deve essere regolamentato dalla legge e/o dai codici di deontologia	I giornalisti devono specificare l'utilizzo dell'IA nel loro lavoro al momento della pubblicazione	Considerando l'attuale sviluppo dell'IA, tra dieci anni, i giornalisti si distingueranno in relazione alla possibilità di util
Media	4.3158	4.2459	4.1595	3.6070

7. Formazione

Dai dati presentati nella Fig. 24 emerge che, in media, i giornalisti accedono agli strumenti di intelligenza artificiale con una frequenza piuttosto limitata, registrando un valore medio di 2,76 su una scala da 1 a 5. Questo dato suggerisce che l'uso dell'IA nella professione giornalistica è ancora poco diffuso, collocandosi su livelli di frequenza medi tra il "raramente" e "a volte" nelle risposte dei partecipanti.

Ancora più basso risulta il valore medio relativo alla partecipazione a corsi di formazione sull'uso dell'IA (2,31), evidenziando un accesso ridotto alle opportunità di apprendimento specifico. Sebbene l'IA sia già presente nel contesto giornalistico, l'accesso alla formazione specializzata appare ancora insufficiente, suggerendo la necessità di maggiori investimenti in percorsi di aggiornamento per i professionisti del settore.

Fig. 24. Per la sua professione, quanto spesso ha avuto accesso a corsi di formazione e strumenti di IA (valori medi su una scala da 1 a 5 dove 1 corrisponde a "mai", 2 a "raramente", 3 a "a volte", 4 a "spesso" e 5 a "sempre")

	Strumenti di IA per la sua professione	Corsi di formazione per l'uso di strumenti di IA
media	2.7603	2.3169

Ciò risulta tanto più evidente considerando la domanda di formazione (Fig. 25): il 70% dei rispondenti che si dichiara totalmente o molto interessato a partecipare a corsi dedicati e un altro 20% moderatamente interessato; meno del 10% si dichiara non interessato alla formazione. L'interesse è lievemente più elevato (Fig. 26) per i giornalisti che lavorano in redazioni più piccole (meno di 10 persone).

Fig. 25. Quanto sarebbe interessato/a a partecipare a corsi di formazione su strumenti di IA per la professione giornalistica?

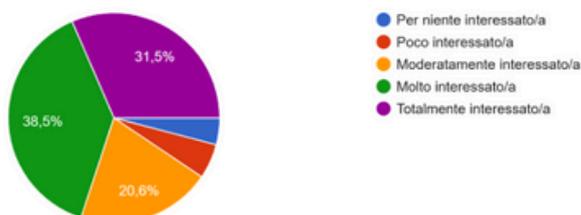


Fig. 26. Tavola di contingenza (*Numero di giornalisti che lavorano in redazione; *interesse a partecipare a corsi di formazione su strumenti IA) [sign. 0,001]

rev5. Qual è il numero complessivo di giornalisti e redattori che lavorano nella sua redazione?	15. Quanto sarebbe interessato/a a partecipare a corsi di formazione su strumenti di IA per la professione giornalistica?
1-10	3,9288
Più di 10	3,7570
Totale	3,8786

Per quanto riguarda i contenuti della formazione, il 30,2% indica come prima richiesta (Fig. 27), la necessità di un corso introduttivo sull'IA, segnalando la presenza di lacune conoscitive che richiedono una preparazione di base, seguita dalla richiesta di un corso sugli "strumenti di IA per la raccolta e l'analisi dei dati (28,7%)".

Tra le altre tematiche di interesse, emergono in termini generali anche delle richieste di formazione su "Verifica & fact-checking automatizzati" (15,7%), ed "Etica e implicazioni dell'IA nel giornalismo" (14,7%).

Un interesse sempre alto ma inferiore rispetto ai precedenti temi è quello per una formazione sulla personalizzazione dei contenuti e la gestione dei social media.

Fig. 27. Quali tra i seguenti argomenti ritiene più rilevanti per un corso di formazione sugli strumenti IA? (Prima scelta)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Introduzione all'intelligenza artificiale e ai suoi principi	294	30,2	30,2	30,2
	Strumenti di IA per la raccolta e l'analisi dei dati	279	28,7	28,7	59,0
	Tecniche di automazione nella scrittura e nella produzione di contenuti	134	13,8	13,8	72,7
	Verifica e fact-checking automatizzati con l'IA	123	12,7	12,7	85,4
	Etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo	67	6,9	6,9	92,3
	Analisi delle tendenze e previsioni con strumenti di IA	21	2,2	2,2	94,4
	Personalizzazione dei contenuti per i lettori tramite IA	25	2,6	2,6	97,0
	IA per la gestione dei social media e l'engagement del pubblico	17	1,7	1,7	98,8
	Applicazioni di IA per la creazione e l'editing di video e immagini	4	,4	,4	99,2
	Gestione dei big data nel giornalismo	3	,3	,3	99,5
	Privacy e sicurezza dei dati nell'uso dell'intelligenza artificiale	4	,4	,4	99,9
	Strategie di integrazione dell'IA nelle redazioni	1	,1	,1	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

Tenendo conto dei valori aggregati, i temi che ricevono più preferenze (Fig. 28) dei giornalisti per un eventuale corso di formazione sono i seguenti:

- Strumenti di IA per la raccolta e l'analisi dei dati (390 voti) è il tema più scelto, evidenziando un forte interesse per l'uso dell'IA nell'elaborazione dei dati, probabilmente legato alla necessità di migliorare l'efficienza nella ricerca e nell'elaborazione di informazioni.
- Verifica & fact-checking automatizzati con l'IA (373 voti) è il secondo tema più selezionato, riflettendo la crescente attenzione verso la lotta alla disinformazione e alle fake news.
- Etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo (350 voti) è al terzo posto, suggerendo una consapevolezza sull'importanza delle implicazioni etiche legate all'uso di tecnologie avanzate.

Le Tecniche di automazione nella scrittura e produzione di contenuti (277 voti) dimostrano un interesse significativo, ma inferiore rispetto a quelli più orientati alla raccolta e verifica delle informazioni.

IA per la gestione dei social media e l'engagement del pubblico (232 voti) e Applicazioni di IA per la creazione e l'editing di video e immagini (225 voti) ricevono un'attenzione moderata, suggerendo che i giornalisti vedono queste applicazioni come utili ma meno cruciali rispetto ai temi principali.

Privacy e sicurezza dei dati nell'uso dell'IA (159 voti) ha un numero di voti relativamente basso, il che potrebbe indicare che i giornalisti percepiscono la sicurezza dei dati come un tema tecnico meno urgente rispetto ad altri aspetti pratici dell'IA.

Allo stesso modo, anche le strategie di integrazione dell'IA nelle redazioni (153 voti) e Personalizzazione dei contenuti per i lettori (140 voti) risultano di scarso interesse sono invece i temi considerati meno prioritari, suggerendo che l'interesse principale dei rispondenti sia sull'uso pratico dell'IA più che sulla sua implementazione strategica o sulla creazione di contenuti personalizzati.

Infine, è interessante notare che l'introduzione all'IA e i suoi principi, come tema da affrontare in contesti di formazione, ottiene 294 voti, segnalando quindi la necessità di una formazione di base rispetto al tema dell'IA.

Fig. 28. Quali tra i seguenti argomenti ritiene più rilevanti per un corso di formazione sugli strumenti IA? (Alla domanda erano possibili più risposte, dunque nella tabella che segue sono rappresentate le risposte aggregate per argomento)

Argomenti aggregati ^a	Risposte		Percentuale di casi
	N	Percentuale	
Introduzione all'intelligenza artificiale e ai suoi principi	294	11,7%	30,4%
Strumenti di IA per la raccolta e l'analisi dei dati	390	15,6%	40,3%
Tecniche di automazione nella scrittura e nella produzione di contenuti	277	11,1%	28,6%
Verifica e fact-checking automatizzati con l'IA	373	14,9%	38,6%
Etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo	350	14,0%	36,2%
Analisi delle tendenze e previsioni con strumenti di IA	101	4,0%	10,4%
Personalizzazione dei contenuti per i lettori tramite IA	140	5,6%	14,5%
IA per la gestione dei social media e l'engagement del pubblico	232	9,3%	24,0%
Applicazioni di IA per la creazione e l'editing di video e immagini	225	9,0%	23,3%
Gestione dei big data nel giornalismo	121	4,8%	12,5%
Totale	2503	100,0%	258,8%

Isolando le risposte delle due categorie professionali di giornalisti, benché le differenze siano lievi, possiamo notare un maggior interesse, da parte dei giornalisti professionisti, per temi legati a: verifica e fact-checking automatizzati con l'IA (16,5% contro il 14% dei pubblicisti); etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo (15,3% contro il 13,2% dei pubblicisti). D'altra parte, i giornalisti pubblicisti appaiono più interessati alla personalizzazione dei contenuti per i lettori tramite IA (6,5% contro 3,9% dei professionisti).

Fig. 29. Tavola di contingenza (*Lei è attualmente iscritto all'Ordine come; *argomenti aggregati più rilevanti per un corso di formazione sugli strumenti di IA)

		1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:		Totale	
		Giornalista Professionista	Giornalista Pubblicista		
Argomenti aggregati ^a	Introduzione all'intelligenza artificiale e ai suoi principi	Conteggio	99	195	294
		% in VAR00001	10,8%	12,3%	
	Strumenti di IA per la raccolta e l'analisi dei dati	Conteggio	138	252	390
		% in VAR00001	15,1%	15,8%	
	Tecniche di automazione nella scrittura e nella produzione di contenuti	Conteggio	91	186	277
		% in VAR00001	10,0%	11,7%	
	Verifica e fact-checking automatizzati con l'IA	Conteggio	151	222	373
		% in VAR00001	16,5%	14,0%	
	Etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo	Conteggio	140	210	350
		% in VAR00001	15,3%	13,2%	
	Analisi delle tendenze e previsioni con strumenti di IA	Conteggio	42	59	101
		% in VAR00001	4,6%	3,7%	
	Personalizzazione dei contenuti per i lettori tramite IA	Conteggio	36	104	140
		% in VAR00001	3,9%	6,5%	
	IA per la gestione dei social media e l'engagement del pubblico	Conteggio	80	152	232
		% in VAR00001	8,8%	9,6%	
	Applicazioni di IA per la creazione e l'editing di video e immagini	Conteggio	85	140	225
		% in VAR00001	9,3%	8,8%	
	Gestione dei big data nel giornalismo	Conteggio	51	70	121
		% in VAR00001	5,6%	4,4%	
Totale		Conteggio	913	1590	2503

Differenze più rilevanti, nella selezione degli argomenti di maggiore interesse per un eventuale corso di formazione, risultano se si prende in esame l'esperienza professionale maturata dai giornalisti.

Fig. 30. Tavola di contingenza (*Quanti anni di esperienza ha nel settore giornalistico?; *argomenti aggregati più rilevanti per un corso di formazione sugli strumenti di IA)

Argomenti	Anni di esperienza	
	Meno di 20 anni	Più di 20 anni
Introduzione all'IA e ai suoi principi	330	525
Strumenti di IA per la raccolta e l'analisi dei dati	411	418
Tecniche di automazione nella scrittura e nella produzione di contenuti	205	184
Verifica e fact-checking automatizzati con l'IA	188	171
Etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo	66	111
Analisi delle tendenze e previsioni con strumenti di IA	39	22
Personalizzazione dei contenuti per i lettori tramite IA	32	38
IA per la gestione dei social media e l'engagement del pubblico	32	18
Applicazioni di IA per la creazione e l'editing di video e immagini	12	0
Gestione dei big data nel giornalismo	5	3
Privacy e sicurezza dei dati nell'uso dell'IA	1	3
Strategie di integrazione dell'IA nelle redazioni	1	0

Ad esempio, l'introduzione all'intelligenza artificiale e i suoi principi, l'etica e le implicazioni nel giornalismo e temi legati alla privacy dei dati sono argomenti più richiesti dai giornalisti con maggiore esperienza professionale (+20 anni). I giornalisti che hanno un'esperienza lavorativa che va da 1 a 19 anni, hanno invece preferito temi quali: applicazioni per la creazione e l'editing di video e immagini; analisi delle tendenze e previsioni.

Appendice

Tabella delle frequenze

1. Lei attualmente è iscritto all'Ordine come:

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Giornalista Professionista	357	36,7	36,7	36,7
	Giornalista Pubblicista	615	63,3	63,3	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

2. Qual è il suo attuale inquadramento lavorativo come giornalista?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Lavoratore dipendente a tempo indeterminato	307	31,6	31,6	31,6
	Lavoratore dipendente a tempo determinato	29	3,0	3,0	34,6
	Collaboratore freelance	350	36,0	36,0	70,6
	Partita IVA	198	20,4	20,4	90,9
	Altro (specificare)	88	9,1	9,1	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

3. Quanti anni di esperienza ha nel settore giornalistico?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	0-4	102	10,5	10,5	10,5
	5-10	104	10,7	10,7	21,2
	11-20	251	25,8	25,8	47,0
	20+	515	53,0	53,0	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

3rev10 anni

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	0-10	206	21,2	21,2	21,2
	10+	766	78,8	78,8	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

3rev.Quanti anni di esperienza ha nel settore giornalistico?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	0-10	206	21,2	21,2	21,2
	11-20	251	25,8	25,8	47,0
	20+	515	53,0	53,0	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

3rev20

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	0-20	457	47,0	47,0	47,0
	20+	515	53,0	53,0	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

4.A quale tipo di redazione corrisponde attualmente il suo principale ambiente di lavoro?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Giornale nativo digitale	246	25,3	25,3	25,3
	Quotidiano tradizionale	151	15,5	15,5	40,8
	Settimanale/Mensile	124	12,8	12,8	53,6
	Media Group	38	3,9	3,9	57,5
	Agenzia di stampa	36	3,7	3,7	61,2
	Broadcaster pubblico	19	2,0	2,0	63,2
	Broadcaster privato	43	4,4	4,4	67,6
	Impresa pubblica o privata / Ufficio stampa	219	22,5	22,5	90,1
	Altro	96	9,9	9,9	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

4rev.A quale tipo di redazione corrisponde attualmente il suo principale ambiente di lavoro?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Giornale nativo digitale	246	25,3	25,3	25,3
	Quotidiano tradizionale	151	15,5	15,5	40,8
	Settimanale/Mensile	124	12,8	12,8	53,6
	Impresa pubblica o privata / Ufficio stampa	219	22,5	22,5	76,1
	Altro	232	23,9	23,9	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

5.Qual è il numero complessivo di giornalisti e redattori che lavorano nella sua redazione (faccia riferimento al suo principale ambiente di lavoro)?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	1-10	688	70,8	70,8	70,8
	10-25	163	16,8	16,8	87,6
	25-50	67	6,9	6,9	94,4
	50-100	29	3,0	3,0	97,4
	100+	25	2,6	2,6	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

rev5.Qual è il numero complessivo di giornalisti e redattori che lavorano nella sua redazione (faccia riferimento al suo principale ambiente di lavoro)?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	1-10	688	70,8	70,8	70,8
	Più di 10	284	29,2	29,2	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

6.Quanti anni ha?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	18-27	34	3,5	3,5	3,5
	28-42	176	18,1	18,1	21,6
	43-58	427	43,9	43,9	65,5
	59-70	269	27,7	27,7	93,2
	71+	66	6,8	6,8	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

6rev.Quanti anni ha?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	18-27	34	3,5	3,5	3,5
	28-42	176	18,1	18,1	21,6
	43-58	427	43,9	43,9	65,5
	59+	335	34,5	34,5	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

7.Qual è il genere in cui si identifica?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Uomo	537	55,2	55,2	55,2
	Donna	416	42,8	42,8	98,0
	Preferisco non rispondere	19	2,0	2,0	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

8.In quale città lavora?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	fino a 9.999 abitanti	62	6,4	6,4	6,4
	10.000 - 49.999 abitanti	168	17,3	17,3	23,7
	50.000 - 200.000 abitanti	279	28,7	28,7	52,4
	200.001 - 500.000 abitanti	113	11,6	11,6	64,0
	500.001 - 1.000.000 abitanti	53	5,5	5,5	69,4
	1.000.001+ abitanti	297	30,6	30,6	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

9.In quale regione vive?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Abruzzo	21	2,2	2,2	2,2
	Basilicata	4	,4	,4	2,6
	Calabria	23	2,4	2,4	4,9
	Campania	55	5,7	5,7	10,6
	Emilia Romagna	39	4,0	4,0	14,6
	Friuli Venezia Giulia	44	4,5	4,5	19,1
	Lazio	198	20,4	20,4	39,5
	Liguria	25	2,6	2,6	42,1
	Lombardia	149	15,3	15,3	57,4
	Marche	12	1,2	1,2	58,6
	Molise	3	,3	,3	59,0
	Piemonte	54	5,6	5,6	64,5
	Puglia	77	7,9	7,9	72,4
	Sardegna	6	,6	,6	73,0
	Sicilia	30	3,1	3,1	76,1
	Toscana	112	11,5	11,5	87,7
	Trentino Alto Adige	40	4,1	4,1	91,8
	Umbria	8	,8	,8	92,6
	Valle D'Aosta	5	,5	,5	93,1
	Veneto	67	6,9	6,9	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

10.4 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI generative di suoni, jingle e musica (Udio, Hydra II, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	nessuna conoscenza	504	51,9	51,9	51,9
	minima conoscenza	233	24,0	24,0	75,8
	discreta conoscenza	138	14,2	14,2	90,0
	buona conoscenza	71	7,3	7,3	97,3
	massima conoscenza	26	2,7	2,7	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

10.5 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI per il fact checking (DeepMind, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	nessuna conoscenza	447	46,0	46,0	46,0
	minima conoscenza	236	24,3	24,3	70,3
	discreta conoscenza	177	18,2	18,2	88,5
	buona conoscenza	79	8,1	8,1	96,6
	massima conoscenza	33	3,4	3,4	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

10.6 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI per la traduzione automatica di testi in lingua straniera (DeepL, Wordsmith etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	nessuna conoscenza	251	25,8	25,8	25,8
	minima conoscenza	196	20,2	20,2	46,0
	discreta conoscenza	212	21,8	21,8	67,8
	buona conoscenza	184	18,9	18,9	86,7
	massima conoscenza	129	13,3	13,3	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

10.4 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI generative di suoni, jingle e musica (Udio, Hydra II, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	nessuna conoscenza	504	51,9	51,9	51,9
	minima conoscenza	233	24,0	24,0	75,8
	discreta conoscenza	138	14,2	14,2	90,0
	buona conoscenza	71	7,3	7,3	97,3
	massima conoscenza	26	2,7	2,7	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

10.5 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI per il fact checking (DeepMind, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	nessuna conoscenza	447	46,0	46,0	46,0
	minima conoscenza	236	24,3	24,3	70,3
	discreta conoscenza	177	18,2	18,2	88,5
	buona conoscenza	79	8,1	8,1	96,6
	massima conoscenza	33	3,4	3,4	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

10.6 Qual è la sua attuale conoscenza riguardo ai seguenti strumenti di IA? (AI per la traduzione automatica di testi in lingua straniera (DeepL, WordSmith etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	nessuna conoscenza	251	25,8	25,8	25,8
	minima conoscenza	196	20,2	20,2	46,0
	discreta conoscenza	212	21,8	21,8	67,8
	buona conoscenza	184	18,9	18,9	86,7
	massima conoscenza	129	13,3	13,3	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

11.1 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di immagini (Midjourney, Dall-e, Stable diffusion, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	487	50,1	50,1	50,1
	Raramente	204	21,0	21,0	71,1
	A volte	160	16,5	16,5	87,6
	Spesso	77	7,9	7,9	95,5
	Sempre	44	4,5	4,5	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

11.2 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative per la gestione dei social media (Brandwatch, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	588	60,5	60,5	60,5
	Raramente	157	16,2	16,2	76,6
	A volte	111	11,4	11,4	88,1
	Spesso	65	6,7	6,7	94,8
	Sempre	51	5,2	5,2	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

11.3 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di video (D-ID, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	628	64,6	64,6	64,6
	Raramente	153	15,7	15,7	80,3
	A volte	99	10,2	10,2	90,5
	Spesso	36	3,7	3,7	94,2
	Sempre	56	5,8	5,8	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

11.4 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI generative di suoni, jingle e musica (Udio, Hydra II, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	636	65,4	65,4	65,4
	Raramente	150	15,4	15,4	80,9
	A volte	90	9,3	9,3	90,1
	Spesso	39	4,0	4,0	94,1
	Sempre	57	5,9	5,9	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

11.5 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI per il fact checking (DeepMind, etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	545	56,1	56,1	56,1
	Raramente	165	17,0	17,0	73,0
	A volte	139	14,3	14,3	87,3
	Spesso	63	6,5	6,5	93,8
	Sempre	60	6,2	6,2	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

11.6 Ripensando alla sua esperienza professionale, quanto spesso ha utilizzato i seguenti strumenti di IA negli ultimi sei mesi? (AI per la traduzione automatica di testi in lingua straniera (DeepL, Wordsmith etc.))

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	334	34,4	34,4	34,4
	Raramente	174	17,9	17,9	52,3
	A volte	200	20,6	20,6	72,8
	Spesso	164	16,9	16,9	89,7
	Sempre	100	10,3	10,3	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.1 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell' IA riduce i tempi per la produzione di contenuti)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	46	4,7	4,7	4,7
	In disaccordo	82	8,4	8,4	13,2
	Neutro	229	23,6	23,6	36,7
	D'accordo	406	41,8	41,8	78,5
	Totalmente d'accordo	209	21,5	21,5	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.2 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'adozione di strumenti di IA rende difficile per le redazioni e i giornalisti adattarsi ai nuovi metodi di lavoro)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	121	12,4	12,4	12,4
	In disaccordo	252	25,9	25,9	38,4
	Neutro	329	33,8	33,8	72,2
	D'accordo	212	21,8	21,8	94,0
	Totalmente d'accordo	58	6,0	6,0	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.3 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA riduce i tempi per le fasi di ricerca e raccolta delle informazioni)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	58	6,0	6,0	6,0
	In disaccordo	112	11,5	11,5	17,5
	Neutro	211	21,7	21,7	39,2
	D'accordo	386	39,7	39,7	78,9
	Totalmente d'accordo	205	21,1	21,1	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.4Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA alza i costi degli strumenti e della formazione)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	136	14,0	14,0	14,0
	In disaccordo	246	25,3	25,3	39,3
	Neutro	348	35,8	35,8	75,1
	D'accordo	178	18,3	18,3	93,4
	Totalmente d'accordo	64	6,6	6,6	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.5Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA migliora la verifica delle fonti)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	190	19,5	19,5	19,5
	In disaccordo	231	23,8	23,8	43,3
	Neutro	318	32,7	32,7	76,0
	D'accordo	158	16,3	16,3	92,3
	Totalmente d'accordo	75	7,7	7,7	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.6Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA aumenta i contenuti di scarso valore)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	65	6,7	6,7	6,7
	In disaccordo	131	13,5	13,5	20,2
	Neutro	288	29,6	29,6	49,8
	D'accordo	271	27,9	27,9	77,7
	Totalmente d'accordo	217	22,3	22,3	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.7 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA rende più efficienti le routine produttive di newsmaking)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	58	6,0	6,0	6,0
	In disaccordo	105	10,8	10,8	16,8
	Neutro	357	36,7	36,7	53,5
	D'accordo	348	35,8	35,8	89,3
	Totalmente d'accordo	104	10,7	10,7	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.8 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA aumenta le fake news)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	58	6,0	6,0	6,0
	In disaccordo	90	9,3	9,3	15,2
	Neutro	232	23,9	23,9	39,1
	D'accordo	308	31,7	31,7	70,8
	Totalmente d'accordo	284	29,2	29,2	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.9 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA permette una maggiore personalizzazione dei contenuti per pubblici diversi)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	90	9,3	9,3	9,3
	In disaccordo	132	13,6	13,6	22,8
	Neutro	327	33,6	33,6	56,5
	D'accordo	305	31,4	31,4	87,9
	Totalmente d'accordo	118	12,1	12,1	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.10Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA consente di creare format innovativi e più adatti ai social media)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	62	6,4	6,4	6,4
	In disaccordo	86	8,8	8,8	15,2
	Neutro	324	33,3	33,3	48,6
	D'accordo	345	35,5	35,5	84,1
	Totalmente d'accordo	155	15,9	15,9	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.11Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA riduce la trasparenza nei processi di newsmaking)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	52	5,3	5,3	5,3
	In disaccordo	117	12,0	12,0	17,4
	Neutro	355	36,5	36,5	53,9
	D'accordo	278	28,6	28,6	82,5
	Totalmente d'accordo	170	17,5	17,5	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.12Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA rende più efficaci le comunicazioni tra colleghi all'interno di una redazione)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	188	19,3	19,3	19,3
	In disaccordo	222	22,8	22,8	42,2
	Neutro	391	40,2	40,2	82,4
	D'accordo	120	12,3	12,3	94,8
	Totalmente d'accordo	51	5,2	5,2	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

12.13 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'uso dell'IA aumenta i gap (digitali e/o generazionali) tra giornalisti)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	56	5,8	5,8	5,8
	In disaccordo	84	8,6	8,6	14,4
	Neutro	221	22,7	22,7	37,1
	D'accordo	337	34,7	34,7	71,8
	Totalmente d'accordo	274	28,2	28,2	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

13. Ha avuto accesso a strumenti di IA per la sua professione?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	206	21,2	21,2	21,2
	Raramente	194	20,0	20,0	41,2
	A volte	282	29,0	29,0	70,2
	Spesso	207	21,3	21,3	91,5
	Sempre	83	8,5	8,5	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

14. Ha avuto accesso a corsi di formazione per l'uso di questi strumenti per la sua professione?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Mai	345	35,5	35,5	35,5
	Raramente	189	19,4	19,4	54,9
	A volte	256	26,3	26,3	81,3
	Spesso	149	15,3	15,3	96,6
	Sempre	33	3,4	3,4	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

15. Quanto sarebbe interessata a partecipare a corsi di formazione su strumenti di IA per la professione giornalistica?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Non interessato/a	40	4,1	4,1	4,1
	Poco interessato/a	52	5,3	5,3	9,5
	Moderatamente interessato/a	200	20,6	20,6	30,0
	Molto interessato/a	374	38,5	38,5	68,5
	Totalmente interessato/a	306	31,5	31,5	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

16.1 Quali tra i seguenti argomenti ritiene più rilevanti per un corso di formazione sull'uso dell'intelligenza artificiale nella professione giornalistica?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Introduzione all'intelligenza artificiale e ai suoi principi	294	30,2	30,2	30,2
	Strumenti di IA per la raccolta e l'analisi dei dati	279	28,7	28,7	59,0
	Tecniche di automazione nella scrittura e nella produzione di contenuti	134	13,8	13,8	72,7
	Verifica e fact-checking automatizzati con l'IA	123	12,7	12,7	85,4
	Etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo	67	6,9	6,9	92,3
	Analisi delle tendenze e previsioni con strumenti di IA	21	2,2	2,2	94,4
	Personalizzazione dei contenuti per i lettori tramite IA	25	2,6	2,6	97,0
	IA per la gestione dei social media e l'engagement del pubblico	17	1,7	1,7	98,8
	Applicazioni di IA per la creazione e l'editing di video e immagini	4	,4	,4	99,2
	Gestione dei big data nel giornalismo	3	,3	,3	99,5
	Privacy e sicurezza dei dati nell'uso dell'intelligenza artificiale	4	,4	,4	99,9
	Strategie di integrazione dell'IA nelle redazioni	1	,1	,1	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

16.2 Quali tra i seguenti argomenti ritiene più rilevanti per un corso di formazione sull'uso dell'intelligenza artificiale nella professione giornalistica?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Strumenti di IA per la raccolta e l'analisi dei dati	111	11,4	11,8	11,8
	Tecniche di automazione nella scrittura e nella produzione di contenuti	117	12,0	12,4	24,2
	Verifica e fact-checking automatizzati con l'IA	203	20,9	21,6	45,8
	Etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo	172	17,7	18,3	64,1
	Analisi delle tendenze e previsioni con strumenti di IA	45	4,6	4,8	68,9
	Personalizzazione dei contenuti per i lettori tramite IA	59	6,1	6,3	75,1
	IA per la gestione dei social media e l'engagement del pubblico	114	11,7	12,1	87,2
	Applicazioni di IA per la creazione e l'editing di video e immagini	56	5,8	6,0	93,2
	Gestione dei big data nel giornalismo	32	3,3	3,4	96,6
	Privacy e sicurezza dei dati nell'uso dell'intelligenza artificiale	27	2,8	2,9	99,5
	Strategie di integrazione dell'IA nelle redazioni	5	,5	,5	100,0
	Totale	941	96,8	100,0	
Mancante	Sistema	31	3,2		
Totale		972	100,0		

16.3 Quali tra i seguenti argomenti ritiene più rilevanti per un corso di formazione sull'uso dell'intelligenza artificiale nella professione giornalistica?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Tecniche di automazione nella scrittura e nella produzione di contenuti	26	2,7	2,9	2,9
	Verifica e fact-checking automatizzati con l'IA	47	4,8	5,2	8,1
	Etica e implicazioni dell'uso dell'IA nel giornalismo	111	11,4	12,3	20,4
	Analisi delle tendenze e previsioni con strumenti di IA	35	3,6	3,9	24,3
	Personalizzazione dei contenuti per i lettori tramite IA	56	5,8	6,2	30,5
	IA per la gestione dei social media e l'engagement del pubblico	101	10,4	11,2	41,7
	Applicazioni di IA per la creazione e l'editing di video e immagini	165	17,0	18,3	60,0
	Gestione dei big data nel giornalismo	86	8,8	9,5	69,5
	Privacy e sicurezza dei dati nell'uso dell'intelligenza artificiale	128	13,2	14,2	83,7
	Strategie di integrazione dell'IA nelle redazioni	147	15,1	16,3	100,0
	Totale	902	92,8	100,0	
Mancante	Sistema	70	7,2		
Totale		972	100,0		

**17.1 Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (Considerando l'attuale sviluppo dell'IA, tra dieci anni, i giornalisti si distingueranno in relazione alla possibilità di
util**

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	54	5,6	5,6	5,6
	In disaccordo	101	10,4	10,4	15,9
	Neutro	214	22,0	22,0	38,0
	D'accordo	407	41,9	41,9	79,8
	Totalmente d'accordo	196	20,2	20,2	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

17.2Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (Il "vero giornalista" è un professionista che si affida alle proprie competenze per raccogliere, analizzare e comunicare infor

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	18	1,9	1,9	1,9
	In disaccordo	40	4,1	4,1	6,0
	Neutro	102	10,5	10,5	16,5
	D'accordo	269	27,7	27,7	44,1
	Totalmente d'accordo	543	55,9	55,9	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

17.3Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (I giornalisti devono specificare l' utilizzo dell'IA nel loro lavoro al momento della pubblicazione)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	62	6,4	6,4	6,4
	In disaccordo	49	5,0	5,0	11,4
	Neutro	116	11,9	11,9	23,4
	D'accordo	190	19,5	19,5	42,9
	Totalmente d'accordo	555	57,1	57,1	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	

17.4Basandosi sulla sua attuale conoscenza degli strumenti di IA, esprima il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni: (L'utilizzo delle tecnologie di IA da parte dei giornalisti deve essere regolamentato dalla legge e/o dai codici di deontologia

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulativa
Valido	Totalmente in disaccordo	54	5,6	5,6	5,6
	In disaccordo	39	4,0	4,0	9,6
	Neutro	93	9,6	9,6	19,1
	D'accordo	214	22,0	22,0	41,2
	Totalmente d'accordo	572	58,8	58,8	100,0
	Totale	972	100,0	100,0	