



# Svizzera italiana CORSI

Via Canevascini 7 • Casella postale 6903 Lugano • tel. 058 135 95 09 • www.corsi-rsi.ch • info@corsi-rsi.ch

ANNUARIO DEI MEDIA 2023: L'UNIVERSITÀ DI ZURIGO HA ANALIZZATO PER LA PRIMA VOLTA L'APPROCCIO DELLA POPOLAZIONE SVIZZERA AI CONTRIBUTI GIORNALISTICI GENERATI CON L'IA

## Le notizie prodotte dall'intelligenza artificiale non piacciono (per ora)

di **Giorgia Reclari Giampà**

**U**na buona notizia per il servizio pubblico radiotelevisivo: i canali radio e tv della SSR (SRF, RTS e RSI) sono al primo posto in termini di qualità dei media. L'ottimo risultato emerge dall'Annuario "Qualità dei media 2023", realizzato dall'università di Zurigo, che esamina tutte le categorie di media e mette in prospettiva le tendenze e gli eventi dell'anno. L'offerta lineare (cioè radio e tv) del servizio pubblico supera la televisione privata e i giornali online su abbonamento. È anche davanti alle sue stesse piattaforme online. Ogni anno, dal 2010, il Centro di ricerca sulla sfera pubblica e la società (fög) dell'Università di Zurigo fornisce dati aggiornati sulla qualità, la fruizione e la concentrazione dei media, nonché sugli sviluppi del panorama mediatico svizzero.

### Indigenti dei media in aumento

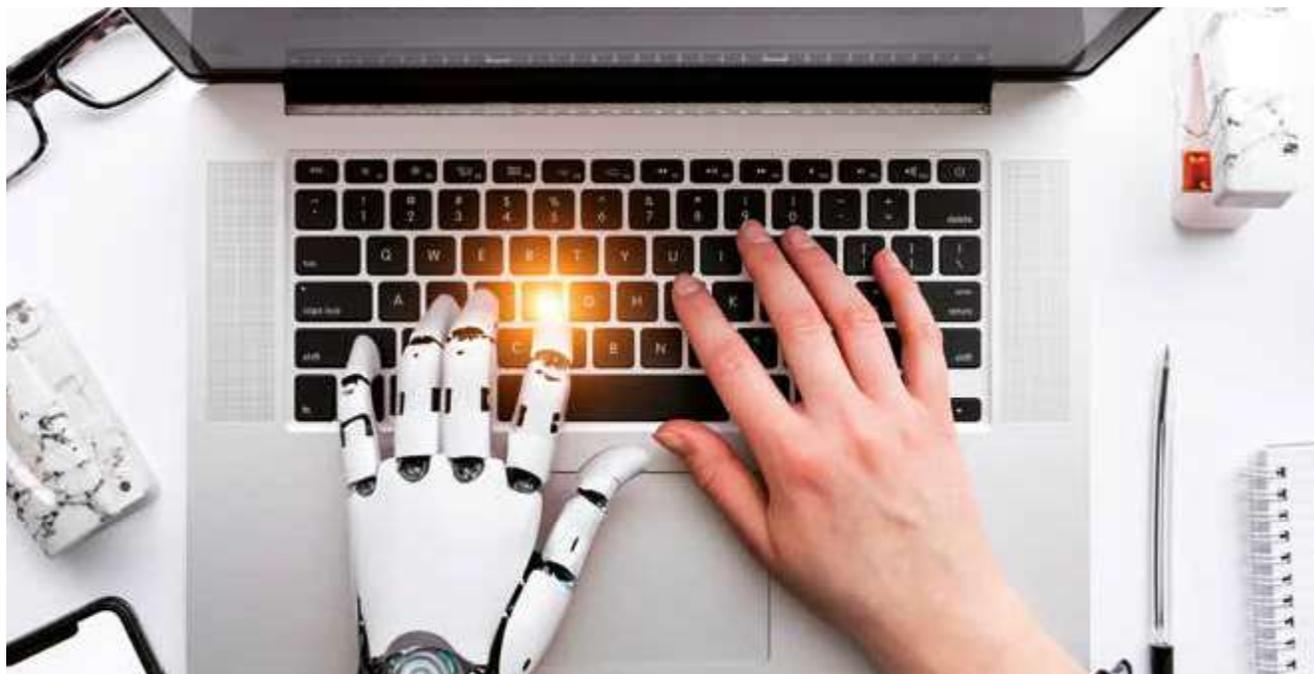
In generale, rileva il fög, nonostante le difficoltà strutturali nel giornalismo che durano ormai da anni, con un costante calo della pluralità dei media a causa di tagli e chiusure, la qualità rilevata continua a crescere. A questa evoluzione hanno contribuito in particolare la pandemia di coronavirus e la guerra in Ucraina, che hanno stimolato la produzione di approfondimenti e articoli di contestualizzazione. I media svizzeri offrono, inoltre, una qualità relativamente buona anche su TikTok e Instagram.

Nonostante ciò, il numero di *indigenti dei media* (termine che indica quelle persone che, per varie ragioni - inclusa in certi casi una scelta consapevole - non partecipano alla fruizione dell'informazione, ritenendola non rilevante oppure ansiogena) è aumentato ancora rispetto all'anno precedente: ora riguarda il 42,7% della popolazione svizzera, con un aumento del 4,2% rispetto all'anno scorso.

Un dato impressionante, se si pensa inoltre che dal 2010 a oggi sono praticamente raddoppiati. Per contro, in Svizzera il 45,9% delle persone è molto interessato alle notizie; rispetto ad altri Paesi, il dato svizzero si colloca a metà strada (per un confronto: in Austria sono il 54,3% e in Francia il 36,3%). Questi dati emergono dal sondaggio annuale online condotto sempre dal fög sull'utilizzo dei media in Svizzera.

Forse un antidoto al dilagare della deprivazione di notizie esiste. Alla domanda sulla tipologia di notizie d'attualità che interessa le cittadine e i cittadini svizzeri, molti hanno indicato il giornalismo «positivo» o «costruttivo», ossia un giornalismo che affronti notizie positive e che non si limiti a elencare problemi, ma discuta invece di possibili soluzioni. Pertanto, un maggiore sviluppo del giornalismo positivo potrebbe forse contrastare l'aumento di coloro che scelgono di non informarsi, sostengono i ricercatori del fög.

Per quanto riguarda i canali tramite cui si informa la popolazione, continua la crescita dell'online. Le piattaforme o applicazioni per le notizie (come rsi.ch, rts.ch o srf.ch) sono



infatti la principale fonte di informazione (37,4%). La fascia di età compresa tra i 18 e i 24 anni ottiene la maggior parte delle informazioni dai social media, mentre la televisione è la fonte più popolare per gli over 55 (41,3%).

#### **Meteo, sport e gossip sì, politica, economia, scienza e cultura no**

Quest'anno l'attenzione degli esperti del fög si è concentrata in particolare sull'intelligenza artificiale, tema più che mai attuale. D'altra parte, GPT è anche la parola dell'anno in italiano in Svizzera. Sempre più spesso i media ricorrono all'intelligenza artificiale per la produzione di contenuti giornalistici. Il lancio dell'IA generativa, come ChatGPT, ha ulteriormente alimentato questa tendenza.

L'istituto dell'Università di Zurigo ha analizzato per la prima volta l'approccio della popolazione svizzera ai contributi giornalistici generati con l'IA. Soltanto poco meno di un terzo (29%) dei partecipanti e delle partecipanti al sondaggio dichiara che leggerebbe articoli redatti interamente dall'intelligenza artificiale. Per i testi scritti da professionisti della comunicazione senza l'impiego dell'IA la percentuale è invece di 84%. Il livello di accettazione varia in funzione dell'ambito tematico: le persone intervistate accettano più di buon grado di leggere notizie generate dall'IA riguardanti meteo, sport e andamento della borsa oppure soft news su personaggi famosi. Per ciò che riguarda politica, economia, scienza o cultura, invece, l'accettazione è nettamente inferiore.

Oltre la metà degli intervistati (61%) è convinta che la qualità generale della produzione giornalistica peggiori con l'incremento del ricorso all'IA per la produzione dei contributi: si teme una riduzione dell'eterogeneità d'opinione e un incremento delle fake news. Oltre l'80% delle intervistate e degli intervistati si aspetta pertanto anche una specifica dichiarazione in caso di contenuti creati in tutto o in parte mediante l'IA.

Sinora i media svizzeri si sono mostrati riluttanti al riguardo e mancano dei chiari standard di settore. «I media svizzeri dovrebbero attribuire maggiore importanza alla dichiarazione circa l'uso dell'IA», afferma in un comunicato l'esperto di media e direttore del fög Mark Eisenegger. «Solo così il giornalismo potrà prendere le distanze dal crescente numero di offerte poco serie che si basano sull'IA generativa».

#### **Che cosa ne pensano i giornalisti?**

Quale la posizione dei giornalisti nei confronti dell'AI? Non esiste al momento uno studio sul tema. In un'intervista pubblicata sul sito [www.ssr-corsi.ch](http://www.ssr-corsi.ch), Reto Ceschi, responsabile dell'Informazione RSI ha affermato: «L'AI può essere vista sia come un'opportunità che come una minaccia. Io la considero uno strumento di potenziamento del giornalismo, per esempio nel lavoro di raccolta, gestione e analisi di dati. La macchina è in grado di svolgere questi compiti in pochi istanti, lasciando molto più tempo per fare il lavoro giornalistico di approfondimento, analisi e inchiesta. Questo tempo però dobbiamo utilizzarlo bene».