



PRESENZA DIGITALE – INDAGINE DELL' A*dS AUTORI E AUTRICI DELLA SVIZZERA

PREMESSA

Nel 2021 l'A*dS ha condotto con grande successo quattro laboratori di formazione continua per i suoi membri sul tema «Presenza digitale per le Autrici e gli Autori».

L'A*dS desidera offrire ai propri membri strumenti adeguati per orientarsi nel mondo digitale in continua evoluzione. Inoltre l'associazione è costantemente impegnata a monitorare e aggiornare i propri servizi. Il suo obiettivo primario è concentrarsi sulle sfide del digitale e sulle implicazioni che ne derivano per gli autori e le autrici sul piano giuridico.

Per sondare compiutamente le esigenze dei nostri membri in questo ambito, è stata lanciata un'indagine in tre lingue. Sulla base dei risultati potremo sviluppare e migliorare i nostri servizi.

Gli esiti dell'indagine saranno dunque utilizzati per perfezionare e rafforzare l'offerta formativa per i nostri soci nel campo della "Presenza digitale – Evoluzione digitale". L'A*dS intende diventare un punto di riferimento informativo competente anche in ambito digitale.

Durata dell'indagine		Dal 27.11.2023 all'08.01.2024
Diffusione		Newsletter dell'A*dS (3 appelli), vari post sui social
Lingue		DE, FR, IT
Partecipazione a seconda dell'area linguistica		
DE		84
FR		12
IT		05
TOTALE		101

RISULTATI

SEZIONE «FORMAZIONE SULLA PRESENZA DIGITALE»

Nella Svizzera tedesca, il 20% degli intervistati e delle intervistate ha partecipato ai programmi di formazione offerti dall'A*dS. Circa la metà dei partecipanti (DE) è favorevole a un aggiornamento. Nelle altre regioni, la partecipazione è inferiore al 10% e la parte italoфона auspica un aggiornamento, il che può essere interpretato come un desiderio di aggiornare gli standard/strumenti tecnici.

Tra il 55% e il 58% degli intervistati e delle intervistate vorrebbe approfondire le conoscenze acquisite in materia di social media per quanto riguarda non solo la produzione di immagini e suoni, ma anche di testi. Il fatto che l'A*dS stili un elenco di strumenti gratuiti o a basso costo per l'editing di immagini e suoni e che lo aggiorni periodicamente è molto apprezzato in tutte le regioni del Paese. I membri della Svizzera tedescofona dispongono di un buon equipaggiamento. Tuttavia, in nessuna regione il noleggio di dispositivi costituisce una priorità. Anche in questo caso, circa la metà degli intervistati e delle intervistate è favorevole all'opportunità di ricevere altra formazione sull'uso dell'immagine e del suono.

SEZIONE «CASSETTA DEGLI ATTREZZI DIGITALI/COMPETENZE DIGITALI»

La maggior parte degli intervistati e delle intervistate in tutte le regioni del Paese ha una cassetta degli attrezzi digitale per la fotografia. Fotografare è un'abitudine, non è complicato; tutti i telefoni cellulari dispongono di questa funzione, garantendo ormai una qualità molto elevata. La ricerca di nuovi strumenti digitali è sporadica: circa un terzo degli intervistati e delle intervistate ne fa a meno. In ogni caso, gli strumenti scoperti vengono utilizzati raramente perché manca il tempo per farlo (poca dimestichezza) e la gestione è poco intuitiva. Circa un quarto degli intervistati e delle intervistate non ne vede i vantaggi e vi ricorrerebbe solo se ne riscontrasse benefici per il proprio lavoro, se gli strumenti fossero intuitivi da usare e se fossero disponibili gratuitamente oppure a un costo contenuto.

SEZIONE «PERFORMANCE SULLO SCHERMO»

Circa la metà degli intervistati e delle intervistate (DE) ammette di avere difficoltà a presentarsi sullo schermo in modo sicuro e naturale. La stragrande maggioranza auspica videorecensioni curate professionalmente, che potrebbero comprendere anche un'intervisione.

SEZIONE «FONTI DI INFORMAZIONE SUI CONTENUTI SETTORIALI»

Due terzi degli intervistati e delle intervistate cercano informazioni in modo mirato, preferendo ai social i canali tradizionali della carta stampata, dei siti online e delle emittenti pubbliche. Al secondo posto si posizionano i forum degli autori e delle autrici. La Svizzera francofona cerca informazioni ricorrendo anche a Facebook e Instagram. Non è possibile stabilire se si tratti di canali social di emittenti pubbliche/quotidiani e settimanali o di portali online. La Svizzera francofona è anche più aperta a sottoscrivere abbonamenti personali ai social. Non è possibile stabilire se fra gli intervistati e le intervistate siano coinvolte diverse fasce di età. Tutte le regioni accolgono con favore la pubblicazione di una lista dei canali di informazione da aggiornare periodicamente.

SEZIONE «TOOLBOX PER LA PRESENZA SUL WEB»

Da un terzo fino a un quarto degli intervistati e delle intervistate segnala di incontrare problemi tecnici nella creazione e nella gestione del proprio sito web. Nello specifico: la maggior parte degli intervistati e delle intervistate gestisce un sito web. La maggior parte di loro ha difficoltà con i sistemi di gestione dei contenuti (CMS) e con gli aggiornamenti del sistema e del design, non ha le competenze per stare al passo con l'evoluzione dei requisiti in termini di design e con quelli tecnici (a bassa soglia, ad es. responsive design), deve affrontare costi eccessivamente elevati per la gestione dei contenuti da parte di terzi e, in generale, ritiene che gli ostacoli tecnici alla creazione e alla gestione del proprio sito web siano troppo elevati. In tutte le regioni del Paese si vorrebbe ricevere informazioni su operatori di siti web a basso costo e con requisiti tecnici minimi. Nella Svizzera francofona il numero di membri che auspica un'introduzione alla gestione dei siti web è maggiore che nella Svizzera tedescofona, il che potrebbe essere dovuto al fatto che i membri della Svizzera tedescofona dispongono di maggiori risorse e tendono a commissionare a terzi la gestione dei contenuti. I membri di tutte le regioni della Svizzera considerano ugualmente fondamentale avere una presenza sul web aggiornata, ben strutturata e che rafforzi il proprio marchio. Per queste ragioni è auspicabile un sostegno finanziario.

SEZIONE «INTELLIGENZA ARTIFICIALE»

La maggior parte degli intervistati e delle intervistate non percepisce l'utilità dell'«intelligenza artificiale» per il proprio lavoro, ne ha solo una conoscenza rudimentale e si registra una certa dose di preoccupazione o disinteresse verso il tema. Solo una minoranza degli intervistati e delle intervistate sembra aver già sperimentato l'IA in modo pratico, trovando alcune applicazioni utili alle proprie

esigenze. L'IA viene utilizzata per la ricerca, il marketing, la generazione di immagini, nonché come fonte di ispirazione o strumento di sintesi. Più della metà degli intervistati e delle intervistate desidera partecipare a un workshop sulla IA per comprenderne meglio il funzionamento; la metà vorrebbe essere introdotta alla conoscenza della IA per utilizzarla (al meglio) nel proprio lavoro e ricevere un'informazione curata dall'A*dS sulle innovazioni nel settore.