

L'impatto dell'Intelligenza Artificiale sulla vita delle persone

Qual è l'impatto dell'Intelligenza artificiale sulla nostra vita? Che opinioni abbiamo a riguardo? E cosa ci aspettiamo dal futuro? Migliorerà la nostra vita o la peggiorerà?

Sono solo alcune delle domande di un recente sondaggio Ipsos, sull'impatto dell'IA sulla vita delle persone condotto su 19.504 adulti di età inferiore ai 75 anni, in 28 paesi.

Il sondaggio ha rilevato che, in media, 6 adulti su 10 si aspettano che i prodotti e i servizi che utilizzano l'intelligenza artificiale cambieranno profondamente la loro vita quotidiana nei prossimi tre-cinque anni. La metà di loro pensa che sia già successo negli ultimi anni. 6 su 10 concordano sul fatto che i prodotti e i servizi che utilizzano l'intelligenza artificiale semplificano la vita, ma solo la metà afferma di avere più vantaggi che svantaggi e 4 adulti su 10 ammettono che i prodotti e i servizi basati sull'intelligenza artificiale li rendono nervosi. Solo la metà afferma di fidarsi delle aziende che utilizzano l'intelligenza artificiale tanto quanto si fidano di altre aziende.

A livello globale, la maggior parte delle persone si aspetta che l'IA migliorerà le cose per sé e per la propria famiglia con istruzione e apprendimento, intrattenimento, trasporti, casa, acquisti, sicurezza, ambiente, cibo e nutrizione. Tuttavia, le persone in tutto il mondo sono equamente divise sui vantaggi dell'IA in termini di reddito, relazioni personali e familiari e occupazione (47%). Coloro che si aspettano che l'IA migliorerà la loro situazione per quanto riguarda il costo della vita e la libertà e i diritti sono una minoranza nella maggior parte dei paesi.

Il sondaggio mette in evidenza un chiaro divario tra paesi ad alto reddito e paesi emergenti nei confronti dell'IA. I cittadini dei paesi emergenti hanno una probabilità significativamente maggiore rispetto a quelli dei paesi economicamente più sviluppati di riferire di essere informati sull'IA, di fidarsi delle aziende che utilizzano l'IA e di avere una visione positiva dell'impatto dei prodotti e dei servizi basati sull'IA nella loro vita.

Risultati dettagliati

Familiarità con l'IA

In media per tutti i 28 paesi intervistati, quasi i due terzi (64%) affermano di avere una buona comprensione di cosa sia l'IA, ma solo la metà (50%) sa quali tipi di prodotti e servizi utilizzano l'IA.

Non sorprende che la familiarità con l'IA segnalata sia più alta tra i responsabili delle decisioni aziendali (il 74% afferma di avere una buona comprensione di cosa sia) e gli imprenditori (73%), quelli con una laurea (71%) e quelli di fascia di reddito più alta (71%). C'è familiarità più tra i maschi rispetto alle femmine. È anche molto più probabile che gli stessi gruppi demografici affermino di sapere quali tipi di prodotti e servizi utilizzano l'IA.

Le variazioni geografiche sono ancora più ampie: la "buona comprensione dell'IA" varia da minimi del 41% in Giappone e 42% in Italia a massimi del 78% in Sud Africa, 76% in Cile e Perù e 75% in Russia. La conoscenza dichiarata di prodotti e servizi che utilizzano l'intelligenza artificiale varia dal 32% in Giappone al 76% in Cina.

Affidarsi alle aziende che utilizzano l'IA

Solo la metà (50%) si fida delle aziende che utilizzano l'intelligenza artificiale tanto quanto si fida di altre aziende. La fiducia nelle aziende che utilizzano

l'intelligenza artificiale è altamente correlata alla familiarità.

- La probabilità di fidarsi delle aziende che utilizzano l'IA tanto quanto le altre è più alta tra i decisori aziendali (62%), gli imprenditori (61%), i più benestanti (57%) e quelli con un titolo di studio superiore (56%). Di contro i più anziani (44%), quelli senza istruzione superiore (45%) e coloro che non hanno un lavoro (45%) non si fidano delle aziende che utilizzano l'IA.
- C'è un divario ancora più ampio tra paesi emergenti e paesi ad alto reddito: La maggioranza si fida delle aziende che utilizzano l'intelligenza artificiale tanto quanto altre aziende in quasi tutti i paesi emergenti, soprattutto Cina (76%), Arabia Saudita (73%) e India (68%). Al contrario, solo circa un terzo in molti paesi ad alto reddito si fida delle aziende basate sull'intelligenza artificiale, tra cui Canada (34%), Francia (34%), Stati Uniti (35%), Gran Bretagna (35%) e Australia (36%).

Quanto impatto sulla vita quotidiana?

6 su 10 (60%) prevedono che i prodotti e i servizi che utilizzano l'IA cambieranno profondamente la loro vita quotidiana nei prossimi 3-5 anni e la metà (49%) afferma che è già stato così negli ultimi 3-5 anni. Le aree che le persone si aspettano che l'IA cambierà maggiormente per loro e per la loro famiglia nei prossimi anni sono, nell'ordine: istruzione e apprendimento (citato dal 35%), sicurezza (33%), occupazione (32%), shopping (31%) e trasporto (30%). Le differenze demografiche e geografiche su quanto si percepisce che prodotti e servizi che utilizzano l'IA cambiano la vita quotidiana rispecchiano quelle relative alla familiarità con l'IA e alla fiducia nelle aziende che utilizzano l'IA.

- Il 72% dei decisori aziendali afferma che cambierà la

propria vita nei prossimi anni contro il 54% di coloro che non hanno un lavoro; L'80% in Cina e Arabia Saudita si aspetta che l'IA cambi la propria vita, ma meno della metà in Canada, Germania, Francia, Gran Bretagna e Stati Uniti sì.

- L'impatto dell'IA sull'istruzione e sull'apprendimento è più ampiamente previsto da coloro che hanno meno di 35 anni e da coloro che sono altamente istruiti, il suo impatto sulla sicurezza da parte degli anziani, il suo impatto sull'occupazione da parte delle persone nella fascia di età 35-49 e il suo impatto su acquisti, trasporti e intrattenimento da parte dei più abbienti.
- Percentuali particolarmente elevate di latinoamericani si aspettano che l'IA inneschi cambiamenti nell'istruzione, nella sicurezza e nell'occupazione, mentre i cinesi sono quelli più inclini ad aspettarsi che l'IA cambi lo shopping, i trasporti, l'intrattenimento e la loro casa. Le aspettative di un cambiamento nell'istruzione e nell'apprendimento guidato dall'intelligenza artificiale sono particolarmente basse in Giappone e Francia.

L'intelligenza artificiale migliora la vita quotidiana?

6 su 10 (60%) affermano che prodotti e servizi che utilizzano l'IA semplificano la vita, ma solo la metà (52%) afferma di avere più vantaggi che svantaggi e 4 su 10 (39%) afferma che questi prodotti e servizi li rendono nervosi. Ancora una volta, le differenze demografiche e geografiche sull'apprezzamento dei prodotti e dei servizi che utilizzano l'IA corrispondono a quelle relative alla familiarità, alla fiducia e alla percezione dell'impatto dell'IA sulla vita quotidiana:

- L'87% in Cina e l'80% in Arabia Saudita affermano che i prodotti e i servizi basati sull'intelligenza artificiale semplificano la vita rispetto al 39% in Francia e al 41% negli Stati Uniti

- Il 78% in Cina e il 76% in Arabia Saudita affermano di avere più vantaggi che svantaggi contro il 31% in Francia, il 32% in Canada, il 33% nei Paesi Bassi e il 35% negli Stati Uniti

Le aree in cui le persone si aspettano che l'IA migliori le cose per loro e per la loro famiglia sono: istruzione e apprendimento (l'IA dovrebbe migliorare del 77%), intrattenimento (77%), trasporti (74%), casa (73%), shopping (70%) e sicurezza (69%). 6 su 10 si aspettano anche che l'IA migliori le cose per l'ambiente (62%) e per il cibo e la nutrizione (61%). Tuttavia, il pubblico globale è equamente diviso sui benefici dell'IA sul reddito (meglio per il 53%), sui rapporti personali e familiari (50%) e sull'occupazione (47%). Solo 4 su 10 si aspettano che l'IA migliorerà la propria situazione per quanto riguarda il costo della vita (42%) e la libertà e i diritti legali (37%).

- La media per tutte e 13 le aree di coloro che affermano che miglioreranno la vita non è inferiore al 70% in tutta la Cina, l'India, l'Arabia Saudita e tutti e 6 dei paesi dell'America Latina intervistati. Al contrario, è solo il 41% in Belgio e il 42% in Canada.
- In alcuni paesi, la percentuale di coloro che si aspettano che l'IA abbia un impatto positivo varia poco tra le categorie. È il caso di India, Perù, Malesia e Argentina. Al contrario, le persone tendono ad essere molto più discriminanti quando si tratta di quali aree l'IA migliorerà e quali no in molti altri paesi: Italia, Giappone, Corea del Sud, Russia, Turchia e Stati Uniti. Ad esempio, il 79% degli italiani e il 72% degli americani pensano che l'IA migliorerà la loro casa, ma solo il 19% e il 16%, rispettivamente, pensano che migliorerà la loro libertà e i loro diritti.

A questo link il sondaggio completo, in inglese