FONDAZIONE BRUNO KESSLER
MAGAZINE

Cambiamento climatico e disinformazione

25 Luglio 2023

Uno studio dei tweet sulla tragedia in Marmolada è stato presentato quest'estate al SETE Festival di Rovereto. Per approfondire, abbiamo fatto alcune domande a Riccardo Gallotti, responsabile dell'Unità CHuB al Digital Society Center della FBK, e a Veronica Orsanigo, futura dottoranda

Qual è stato lo scopo dello studio?

Riccardo Gallotti *Questo studio nasce dalla necessità di testare la nostra abilità nell'individuare l'origine geografica dei messaggi su Twitter e il loro impatto internazionale. Un evento, come la tragedia della Marmolada, rappresenta un perfetto esempio in quanto facilmente isolabile come argomento nei discorsi online, dato che il nome della montagna non ha ambiguità, e ben localizzato nello spazio. A posteriori, si è rivelato un perfetto esempio che illustra l'attuale e continua controversia dei temi ambientali all'interno dei social media e della nostra società.*

Quanti tweet sono stati analizzati, in che periodo e in quale area geografica?

Veronica Orsanigo *Sono stati raccolti oltre 70 mila tweet fra l'1 e il 13 luglio 2022, quindi a partire da due giorni prima del disastro della Marmolada, avvenuto il 3 luglio. La maggior parte di essi sono retweet, poi tweet originali e infine menzioni o risposte. Sono stati collezionati i tweet di utenti da tutto il mondo, l'unico vincolo era che contenessero la parola "marmolada" nel testo. Il passaggio successivo è stato cercare di capire da quali paesi provenissero gli utenti usando posizione geografica indicata in forma testuale nel loro profilo Twitter. E' stato pertanto possibile estrarre la provenienza degli autori di quasi 30 mila tweet.*

Quali sono i principali risultati emersi?

Veronica Orsanigo *A livello geografico si osserva che gli utenti provengono prevalentemente dall'Italia, da alcuni Paesi europei limitrofi (come Francia e Spagna) e dagli Stati Uniti. Questi risultati hanno senso considerando il luogo del disastro, ma anche tenendo presente dove Twitter è più utilizzato. Considerando i tweet più ritwittati, ci sono innanzitutto quelli di una società meteorologica, che mostra video dell'accaduto, poi ci sono quelli che evidenziano il legame con il cambiamento climatico e, al contrario, quelli che negano l'emergenza climatica, fra questi ultimi uno proviene da un account sospeso. Infine, fra i tweet con il maggior numero di risposte o di like, si osserva polarizzazione nella posizione assunta rispetto al cambiamento climatico*

Perché è importante fare questo tipo di studi?

Riccardo Gallotti *L'uso dei social media accentua la polarizzazione delle opinioni, rendendo cruciale comprendere le diverse prospettive sui temi importanti quali i cambiamenti climatici. E' nostra speranza che questa consapevolezza ci possa aiutare a contrastare la disinformazione e promuovere l'accesso a informazioni accurate, favorendo una comunicazione efficace e l'adozione di azioni concrete per affrontare la sfida del cambiamento climatico.*

Con le nuove regole di Twitter cambierà qualcosa per la possibilità di fare delle analisi?

Riccardo Gallotti *Stando le cose come sono attualmente, l'analisi che Veronica Orsanigo ha compiuto nella sua tesi grazie ad un accesso preferenziale ai dati di Twitter in qualità di ricercatrice sarebbe possibile solo con una spesa economica estremamente ingente, di non meno di 40mila euro. Una spesa che non è nemmeno remotamente vicina ai costi sostenibili da progetti di ricerca scientifica o di formazione universitaria.*

Quali sono i vostri progetti futuri per gli studi in questo settore?

Riccardo Gallotti *I cambiamenti climatici sono uno degli argomenti su cui si concentrerà il progetto AI4TRUST dedicato al contrasto della disinformazione online. Insieme a Veronica Orsanigo, che rimarrà con noi alla FBK iniziando un percorso di dottorato, e ad altri numerosi colleghi della Fondazione intendiamo esplorare le opportunità che l'intelligenza artificiale e le scienze sociali computazionali ci offrono per identificare, nella vastità delle molteplici conversazioni su social media,*

informazioni errate o disinformazione relative a argomenti di grande importanza per il futuro nostro come persone e come società.

Veronica Orsanigo *Ho deciso di frequentare la magistrale in Data Science perché volevo usare un approccio scientifico e computazionale per capire e cercare di risolvere questioni sociali.*
In linea con quest'idea ho fatto un tirocinio e scritto la mia tesi di laurea presso FBK, dove è stato possibile lavorare contemporaneamente con due gruppi di ricerca, in un ambiente multidisciplinare e internazionale, proiettato non solo verso l'ambito accademico, ma anche impegnato all'interno della comunità locale ed europea che lo ospita. Fra qualche mese inizierò presso FBK il dottorato di ricerca in Ingegneria e Scienza dell'Informazione dal titolo "Study of the interplay between semantic and interaction patterns in online social media"

LINK

https://magazine.fbk.eu/it/news/cambiamento-climatico-e-disinformazione/

TAG

- #ai4trust
- #chub lab
- #climatechange
- #data science
- #disinformazione
- #intelligenzaartificiale
- #online hatespeech
- #social media
- #societàdigitale
- #tweets

MEDIA COLLEGATI

- FBK al SETE Festival : https://www.fbk.eu/it/event/sete-festival-il-clima-e-cambiato/
- Tweet2Geo: Master's degree in Data Science - Veronica Orsanigo : https://github.com/vorsanigo/Tweet2Geo/blob/main/Thesis_VO.pdf

AUTORI

- Viviana Lupi