



TOP FAKE NEWS APRILE - GUERRA RUSSIA-UCRAINA

Introduzione e nota metodologica
Le fake news prese in esame

1. Analisi delle fake news prese in esame

- Volumi e fonti
- Volumi per fake news
- Timeline per fake news
- Virality map - fake news n.1
- Timeline diffusione e smentita fake news



2. Audience identikit

- Analisi commenti
- Demografica smentitori e diffusori
- Google trends - Un fruitore passivo



3. Analisi degli influencer

- Metodo di analisi - INA
- Influencer Analysis



4. Principali evidenze



Questo documento fornisce una **Digital Analysis sulle 7 fake news più diffuse in Europa** diramate tra febbraio e aprile 2022 sul **conflitto tra Russia e Ucraina**, con il fine di identificare le **caratteristiche di quelle che dal resto d'Europa hanno raggiunto l'Italia**.

L'analisi è stata svolta grazie all'ausilio di **strumenti di social listening con il quale sono state individuate ed isolate** le conversazioni online sulla diffusione delle fake news in analisi solo sul territorio Italiano.

Tale rilevazione è stata ottenuta incrociando le keyword inerenti le notizie segnalate come fake news con keyword più generiche riguardanti la guerra. Per ottimizzare i risultati è stato anche **sfruttato il riconoscimento delle immagini**, soprattutto per le query riguardanti personaggi, fatti o luoghi specifici.

Questo ci ha permesso di ottenere risultati accurati e superare le barriere linguistiche legate all'origine delle notizie in lingue diverse sia dall'inglese che dall'italiano.

Le fonti di conversazione analizzate comprendono tutti i siti d'informazione, forum e blog. Non è stato possibile includere eventuali risultati provenienti da Facebook per il mancato accesso dei tool a disposizione ai dati della piattaforma.



LE FAKE NEWS PRESE IN ESAME

Di seguito le 7 fake news prese in esame che sono state tra quelle più diffuse in Europa. Solo le prime quattro sono arrivate e si sono diffuse in Italia.

1

Il comandante NATO Roger Cloutier è stato catturato dalle forze russe in Ucraina**

2

Gli ucraini e le loro forze armate sono principalmente naziste**

3

Pro-Russia propaganda e pro-Ucraina propaganda di guerra**

4

I media occidentali tradizionali diffondono immagini e notizie false sulla guerra**

5

Volodymyr Zelensky è un nazista, un satanista, un drogato, un codardo, ecc**

6

Esagerazione delle conseguenze economiche negative della guerra e delle sanzioni in Europa**

7

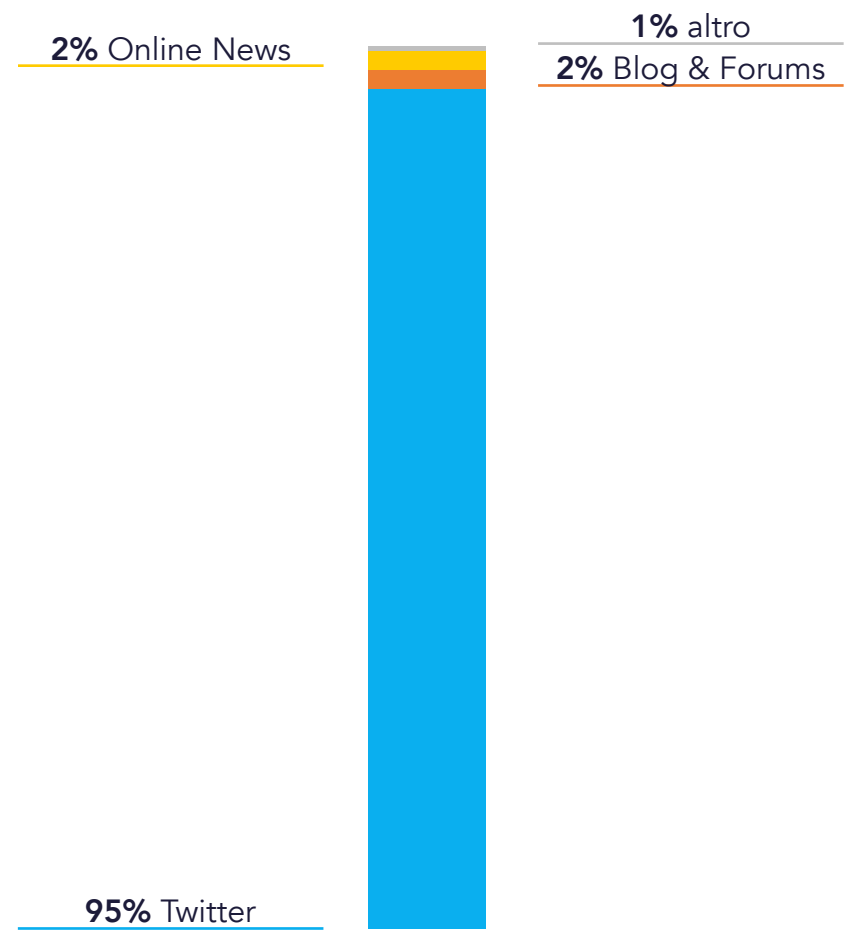
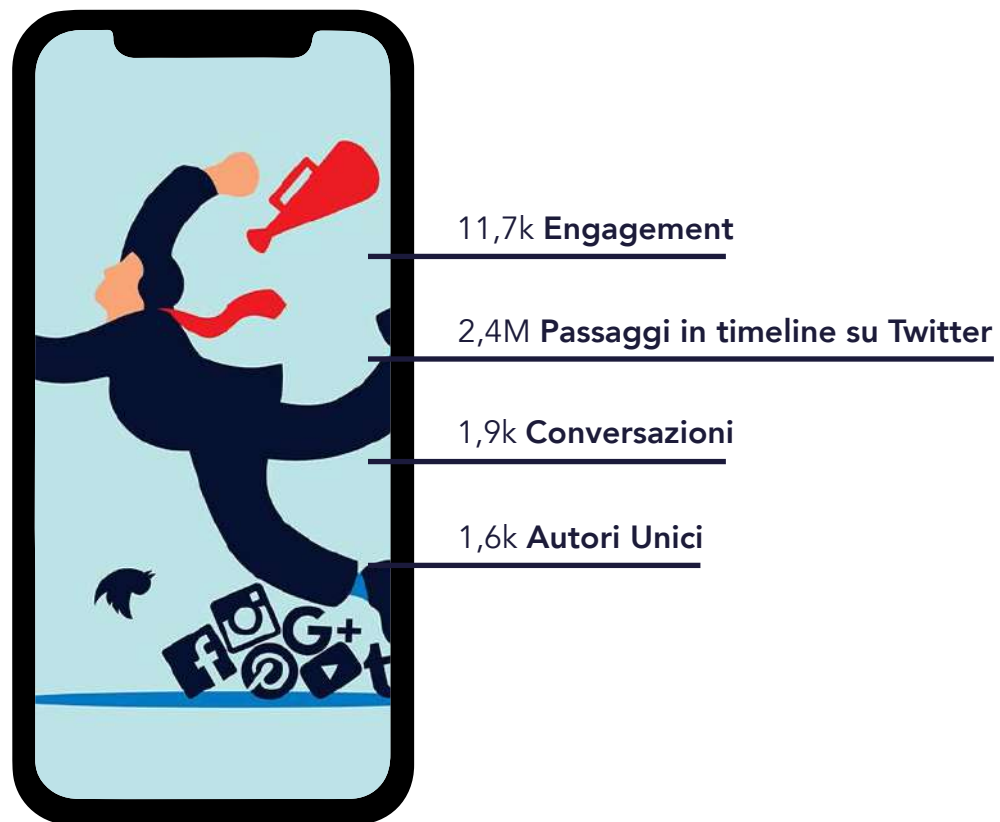
I rifugiati ucraini sono violenti, fascisti, ladri* **



*macrotopic composto da altri 4 esempi
** titolo tradotto dall'originale

ANALISI DELLE FAKE NEWS PRESE IN ESAME

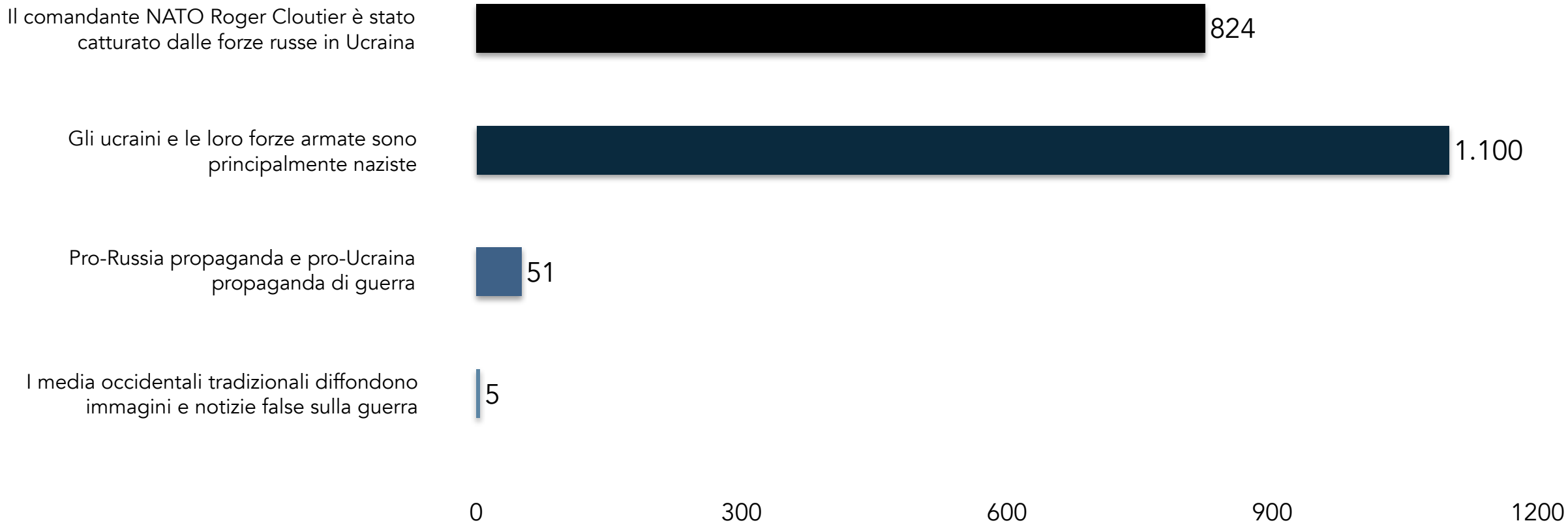
Nel periodo analizzato in Italia sono state **generate in Italia 1,9K conversazioni online in merito alle fake news in oggetto**.
Twitter è la principale fonte di conversazione sull'argomento (95%).



Periodo d'analisi: 1 febbraio - 25 maggio 2022

VOLUMI PER FAKE NEWS

In Italia la fake news più discussa riguarda la presenza di **nazisti** nelle **forze armate Ucraine (1,1k)** seguita dalla notizia della **cattura** del generale **Cloutier (824)**.

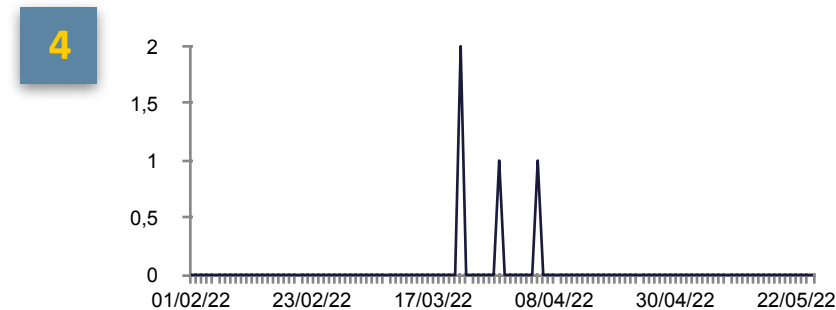
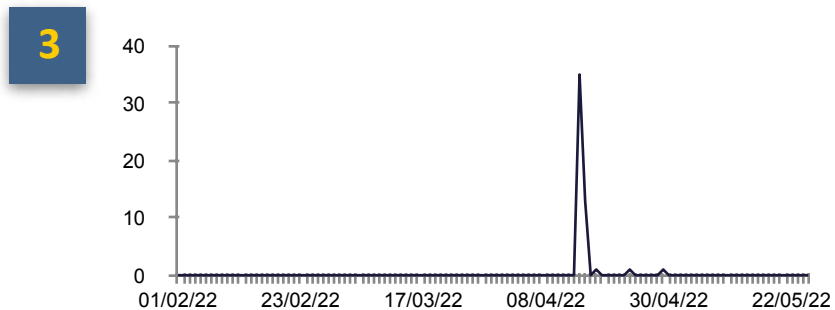
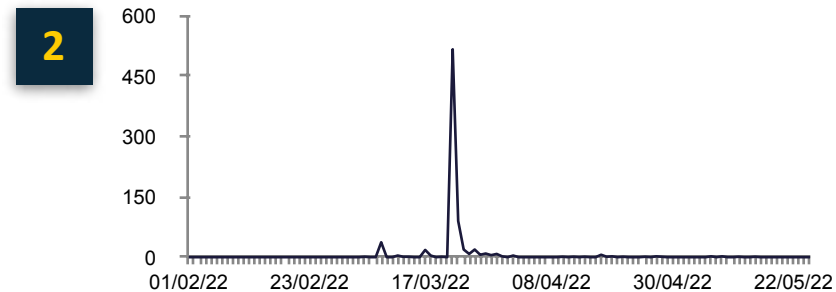
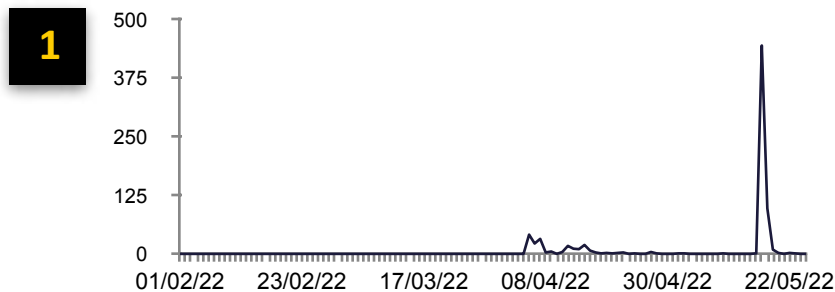


Periodo d'analisi: 1 febbraio - 25 maggio 2022

TIMELINE PER FAKE NEWS

Le quattro fake news analizzate **non presentano un pattern comune relativo all'andamento** delle stesse, poiché ogni fake news è influenzata da fattori profondamente diversi.

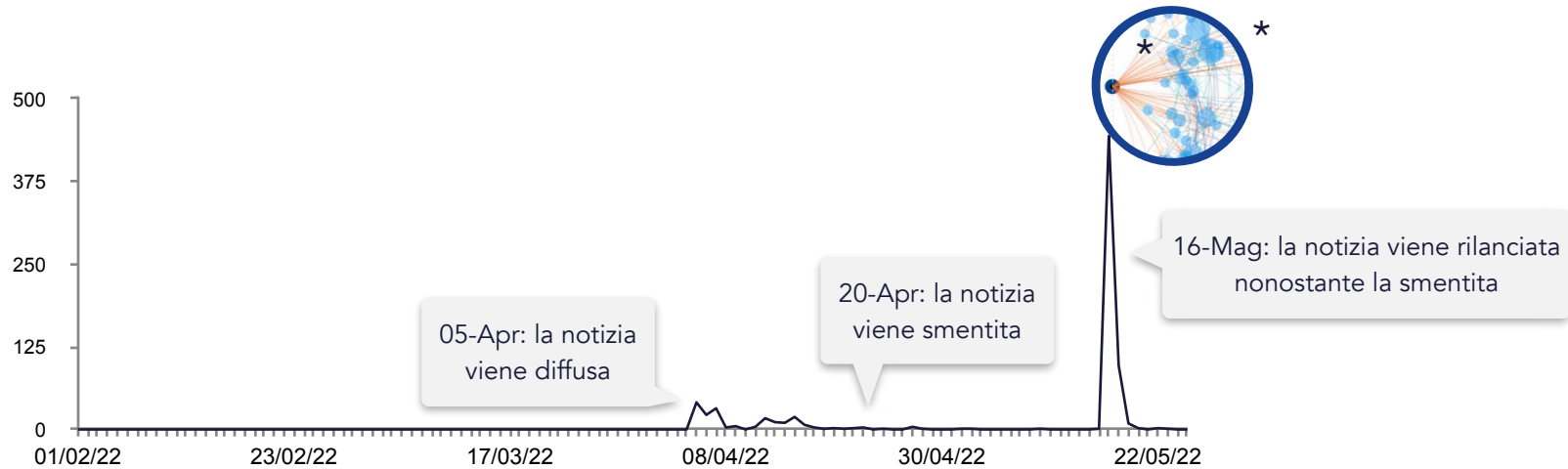
La fake news numero 1, relativa alla cattura del generale NATO Roger Cloutier ha un ciclo di vita particolare: come è infatti possibile notare dalla timeline viene rilanciata a più di un mese di distanza dalla smentita ufficiale ottenendo una risonanza maggiore rispetto al periodo di diffusione iniziale.



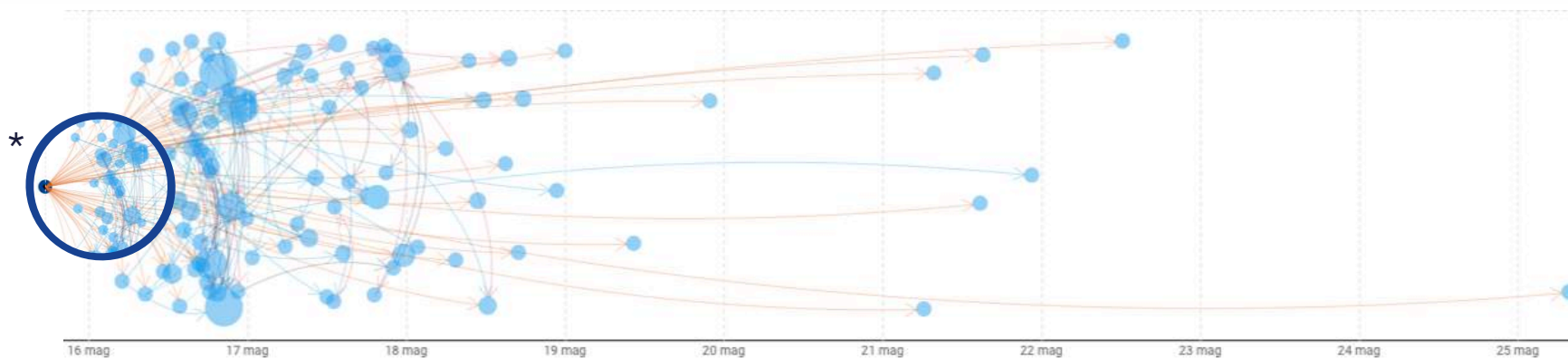
- Generale Cloutier catturato
- Forze ucraine naziste
- Propaganda guerra
- Media tradizionali

VIRALITY MAP - FAKE NEWS NUMERO 1

La fake news relativa al generale Cloutier ha avuto una seconda vita dopo la sua smentita grazie ad un rilancio della stessa da parte di un profilo twitter con una grande rilevanza mediatica. Questo ha contribuito ad allungarne il ciclo di vita.

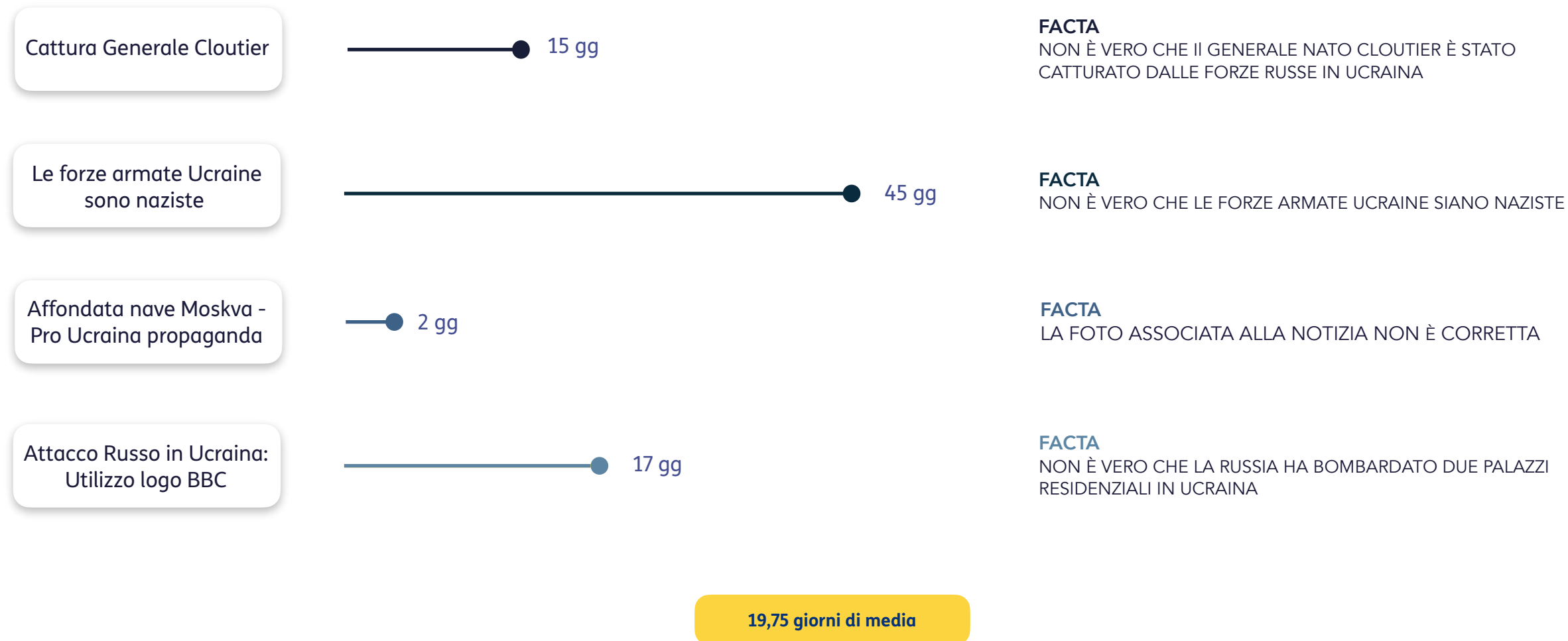


VIRALITY MAP



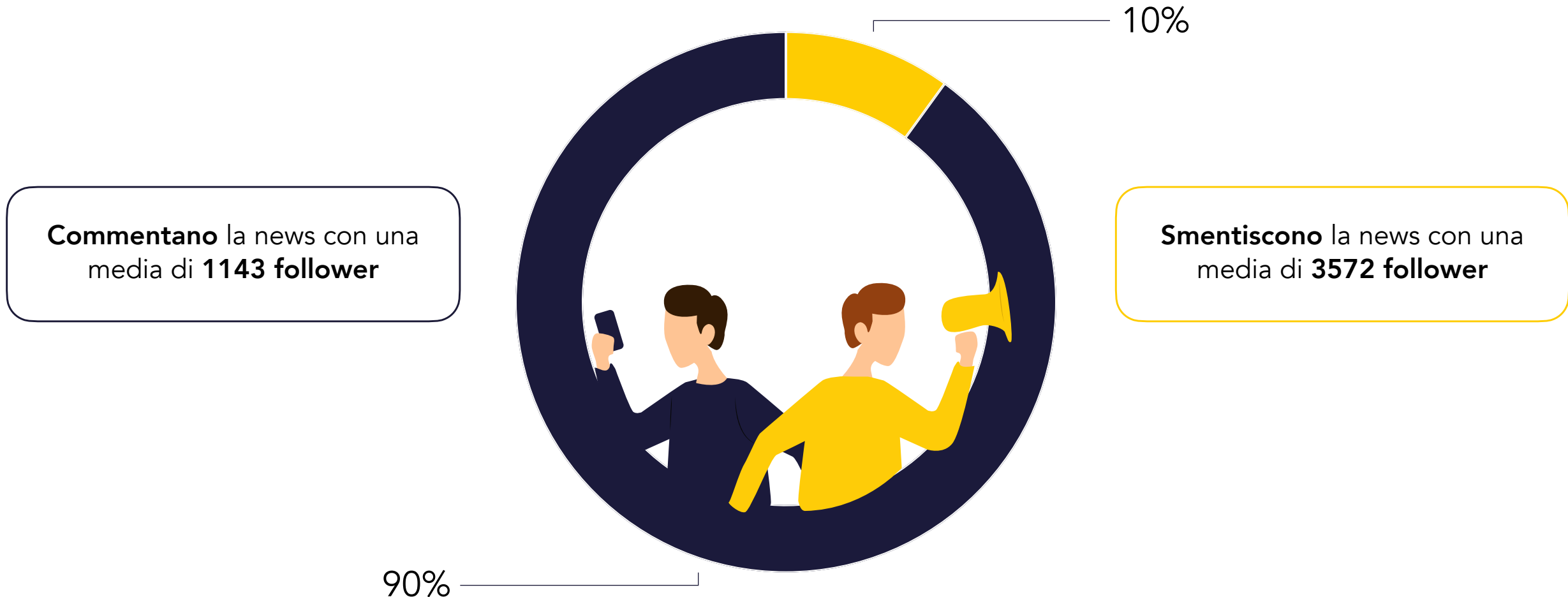
TIMELINE DIFFUSIONE E SMENTITA FAKE NEWS

Tra la diffusione di una fake news e la sua smentita passano in media 19,75 giorni.



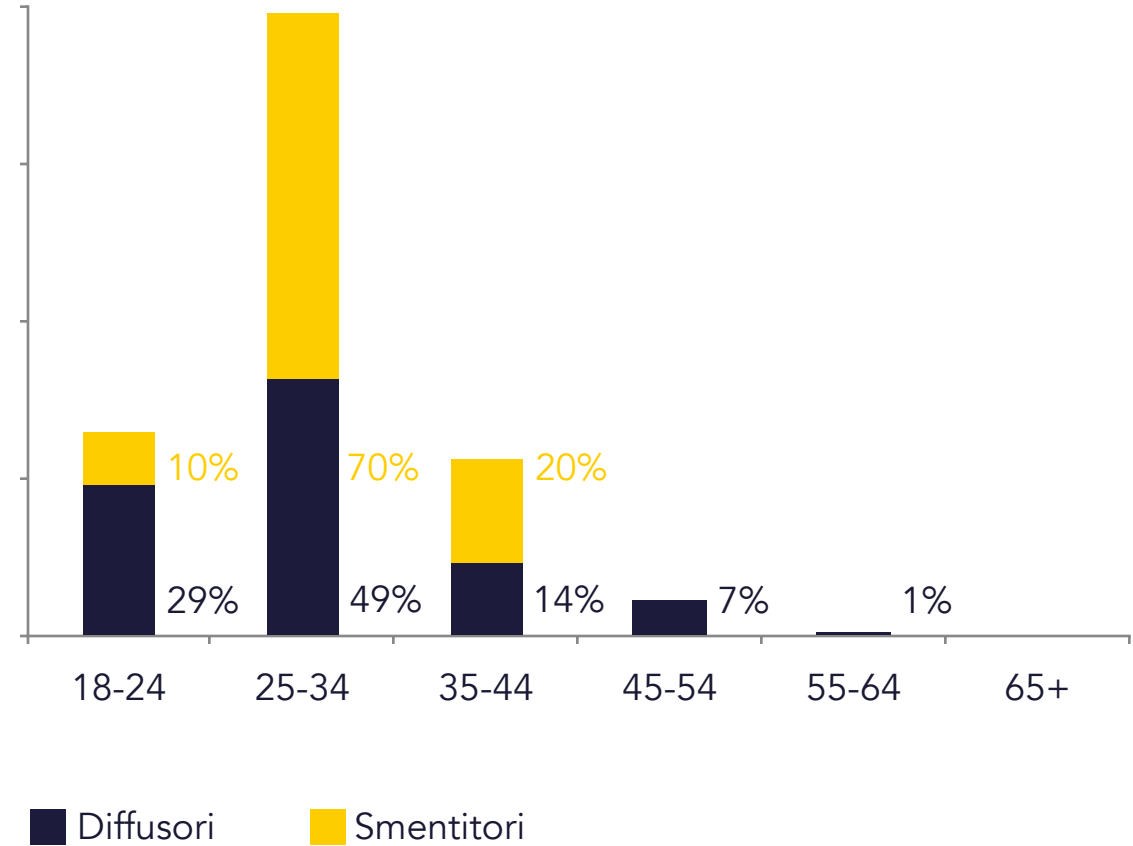
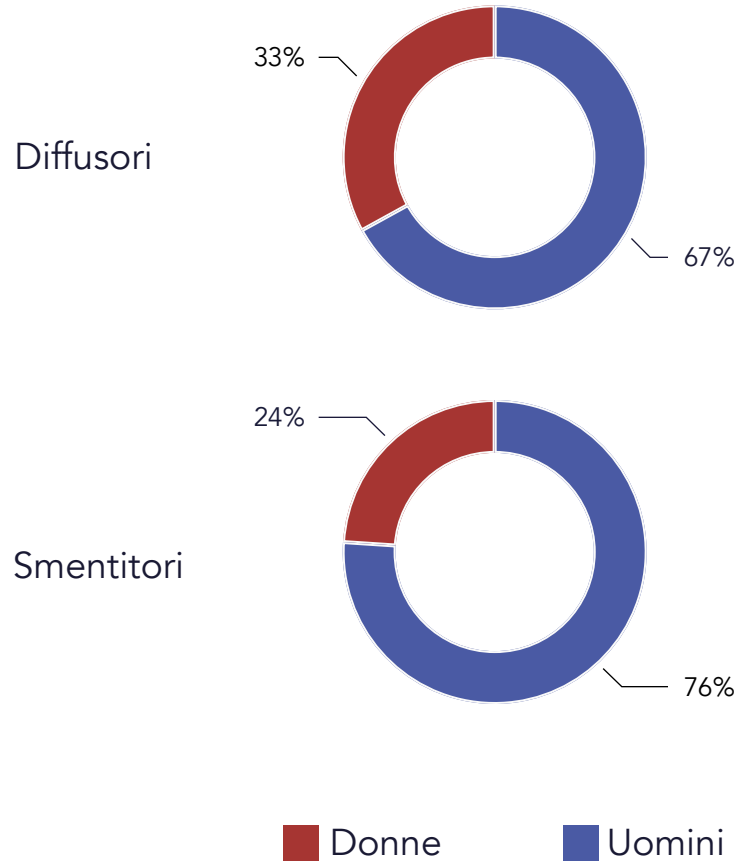
AUDIENCE IDENTIKIT

Da un'analisi dei commenti alle fake news in oggetto si nota che solo il 10% dell'audience commenta la notizia per smentirla. Questi profili però hanno una fanbase 3 volte maggiore di coloro che commentano le news credendoci.



DEMOGRAFICA SMENTITORI E DIFFUSORI

Gli uomini sono più impegnati sia nello smentire (76%) che nel diffondere (67%) le fake news in oggetto. La fascia d'età 25 - 34 è la più ingaggiata.



GOOGLE TRENDS - Un fruitore passivo

Nel periodo analizzato **non sono state effettuate sufficienti ricerche su Google** per ottenere dei dati analizzabili. A fronte di una mole significativa di discussioni social (1,9k), le ricerche su Google degli argomenti trattati dalle fake news sono in numero troppo piccolo per avere dati.

Google

N° RICERCHE GOOGLE



Google Trends Confronta

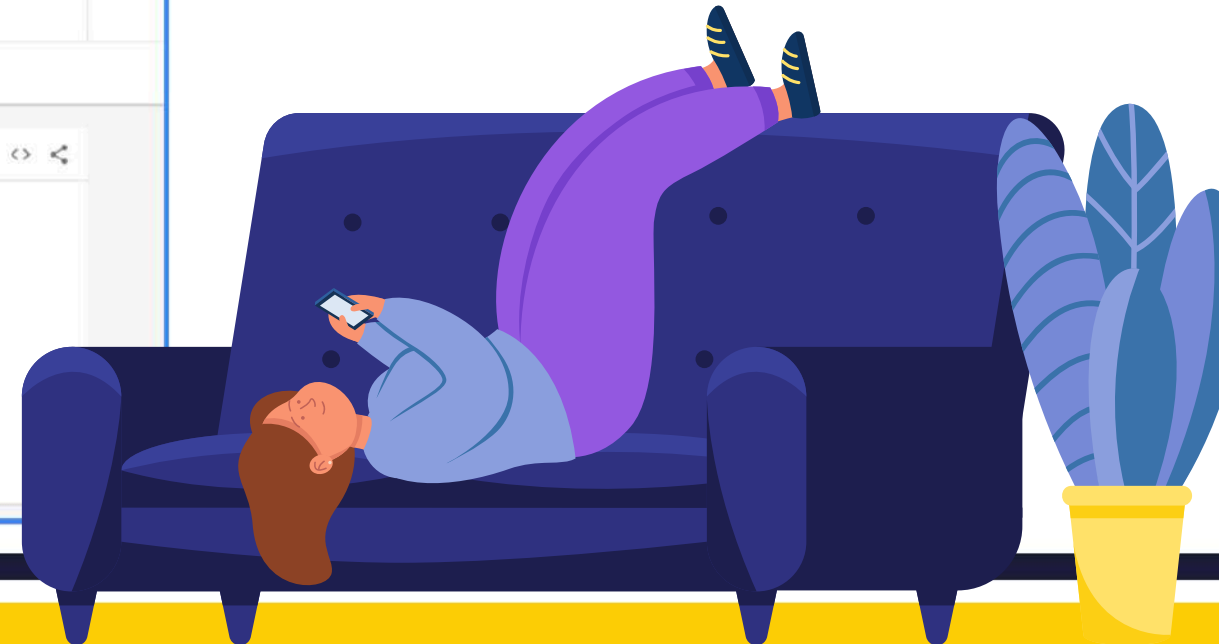
CLOUTIER MOSKVA BONOVA

Italia Ultimi 12 mesi Tutte le categorie Ricerca Google

Interesse nel tempo

I dati correlati alla tua ricerca non sono sufficienti per essere mostrati qui.

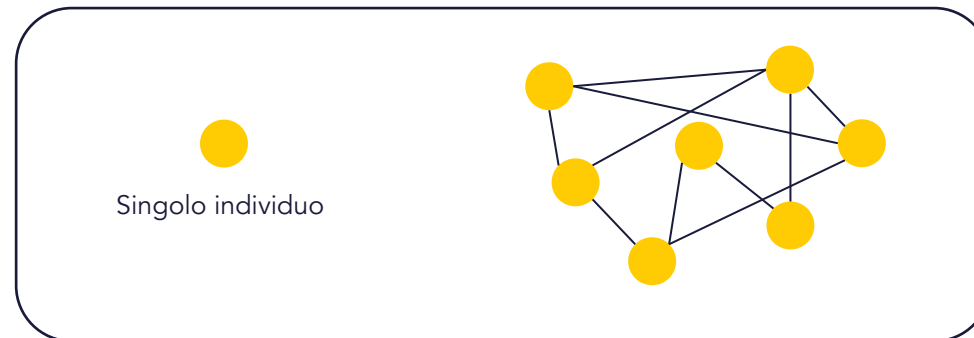
Assicurati di aver digitato tutto correttamente oppure prova un termine più generico.



ANALISI DEGLI INFLUENCER

Abbiamo analizzato le community che hanno parlato delle news in oggetto attraverso **un'analisi delle reti sociali** (*Social Network Analysis* o *SNA*, in questo caso *INA*).

La INA è una moderna metodologia di analisi delle relazioni sociali secondo **cui la società è vista e studiata come rete di relazioni più o meno estese o strutturate**. Il presupposto fondante è che **ogni individuo (o attore) si relaziona con gli altri e questa sua interazione plasma e modifica il comportamento di entrambi**. Lo scopo principale di questo tipo di analisi di network è appunto quello di individuare e analizzare tali legami (*ties*) tra gli individui (*nodes*).



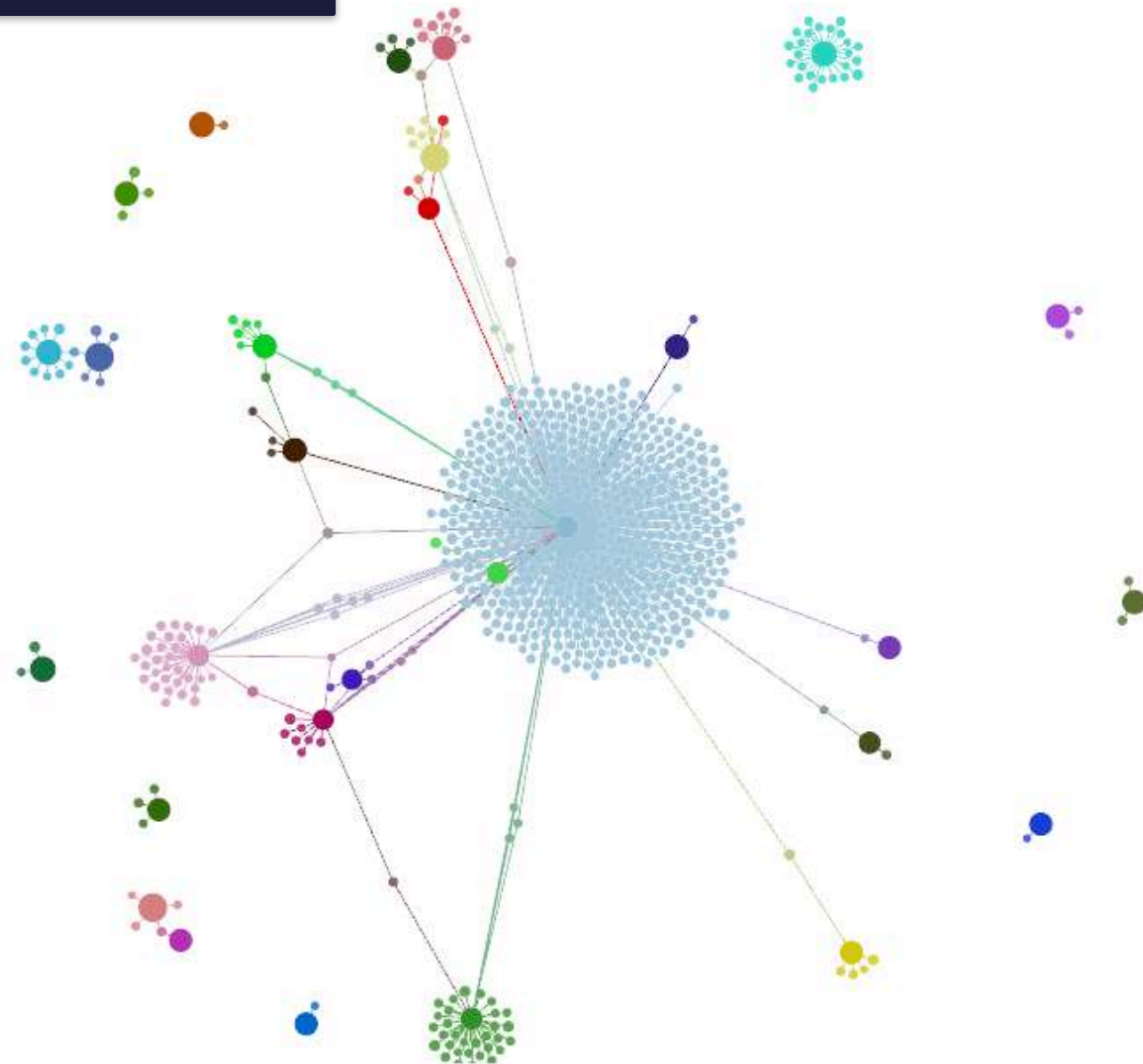
Nota: gli utenti oggetto di analisi sono stati anonimizzati per tutelarne la privacy.

INFLUENCER ANALYSIS

Dall'analisi effettuata è possibile notare come la **community più forte sia quella legata alla fake news della cattura del generale Cloutier post smentita** e come questa sia anche **collegata alle community relative alle fake news su Andryom Bonov** e a quella di chi smentisce.

È interessante notare oltre alla evidente differenza di volumi delle community di chi diffonde le fake news e chi le smentisce, che gli appartenenti a quest'ultima community sono collegati alla fake news con risonanza maggiore, ma non alle altre.

- Cloutier - prima della smentita
- Cloutier - dopo la smentita
- Bonov
- Movska
- Chi smentisce



PRINCIPALI EVIDENZE

VOLUMI E FONTI IN ITALIA

Delle news prese in oggetto, solo 4 di esse sono arrivate in Italia, generando **1,9K conversazioni online**. Twitter è la principale fonte di conversazione sull'argomento (95%).

TIMELINE E CICLO DI VITA

Non è possibile individuare **un pattern relativo all'andamento** delle news prese in analisi, poiché ogni fake news è influenzata da fattori profondamente diversi.

La fake news relativa al generale Cloutier ha avuto un **ciclo di vita anomalo**, una vera e propria seconda vita dopo la sua smentita grazie ad un rilancio della stessa da parte di un profilo con una grande rilevanza mediatica

Tra la diffusione di una fake news e la sua smentita passano in media 19,75 giorni.

AUDIENCE

Solo il 10% dell'audience commenta le notizie per smentirle. Questi profili però hanno una fanbase 3 volte maggiore di coloro che commentano le fake news credendoci. Gli uomini sono più impegnati sia nello smentire (76%) che nel diffondere (67%) e la fascia d'età 25 - 34 è la più ingaggiata.

UN FRUITORE PASSIVO

Nel periodo analizzato **non sono state effettuate sufficienti ricerche su Google** per ottenere dei dati analizzabili. **A fronte di una mole significativa di discussioni social (1,9k), le ricerche su Google degli argomenti trattati dalle fake news sono in numero troppo piccolo per avere dati.**

INFLUENCER ANALYSIS

Dall'analisi effettuata è possibile notare come **la community più forte sia quella legata alla fake news della cattura del generale Cloutier post smentita**. È interessante notare oltre alla evidente differenza di volumi delle community di chi diffonde le fake news e chi le smentisce, che gli appartenenti a quest'ultima community sono collegati alla fake news con risonanza maggiore, ma non alle altre.

