

Barometro dell'odio Elezioni europee 2019



Sintesi dei dati preliminari
24 maggio 2019

HATE SPEECH, ANALIZZATI OLTRE 50MILA CONTENUTI SUI SOCIAL MEDIA. MINORANZE RELIGIOSE È IL TEMA CHE SCATENA PIÙ ODIOSITÀ TRA I POLITICI: QUASI 1 POST/TWEET CON TONO NEGATIVO SU 5 DEI CANDIDATI VEICOLA ODIOSITÀ E DISCRIMINAZIONE

Una campagna elettorale segnata da toni prevalentemente negativi, in cui quasi la metà dei contenuti pubblicati online ha un taglio critico. Rari quelli costruttivi, che faticano a emergere: i più premiati in termini di condivisioni, like e repliche sono i post e i tweet sui temi trattati in modo molto negativo. A rilevare queste e altre tendenze Amnesty International Italia nell'ambito di un monitoraggio dei social media che coinvolge circa 150 attivisti.

“**Minoranze religiose**” e “**immigrazione**” i temi che generano la maggiore incidenza di discorsi d'odio tra i politici, rispettivamente col **16%** e il **10%** dei contenuti negativi pubblicati dai candidati monitorati che costituisce hate speech. In particolare, la maggior parte dei contenuti analizzati sul tema minoranze religiose fa riferimento alla comunità musulmana in Italia e all'estero.

Allargando lo sguardo a tutti i contenuti negativi, è “**immigrazione**” (tutto ciò che è inerente a migranti, rifugiati, persone con background migratorio) l'argomento **che scatena la maggiore percentuale di polemiche** sui social media [1], con il **78%** (quasi 4 su 5) di contenuti negativi [2]. Seguono, poco distanti, “**rom**”, “**minoranze religiose**” e “**donne**”, col **77%**, poi “**lgbti**” col **65%**. Scorrendo ulteriormente la classifica verso il basso incontriamo “**solidarietà**” **61%**, “**povertà**” **54%**, “**Europa**” **47%**.

L'accezione del dibattito online, quindi, è molto negativa, con quasi la metà dei contenuti caratterizzati da questo tono; a determinare tale tendenza soprattutto gli utenti generici, che – in linea col dato complessivo - **nel 48% dei casi si esprimono in modo critico sui temi trattati**, cifra che scende al 16% per i post e i tweet dei politici, più propensi a usare toni neutri e/o positivi.

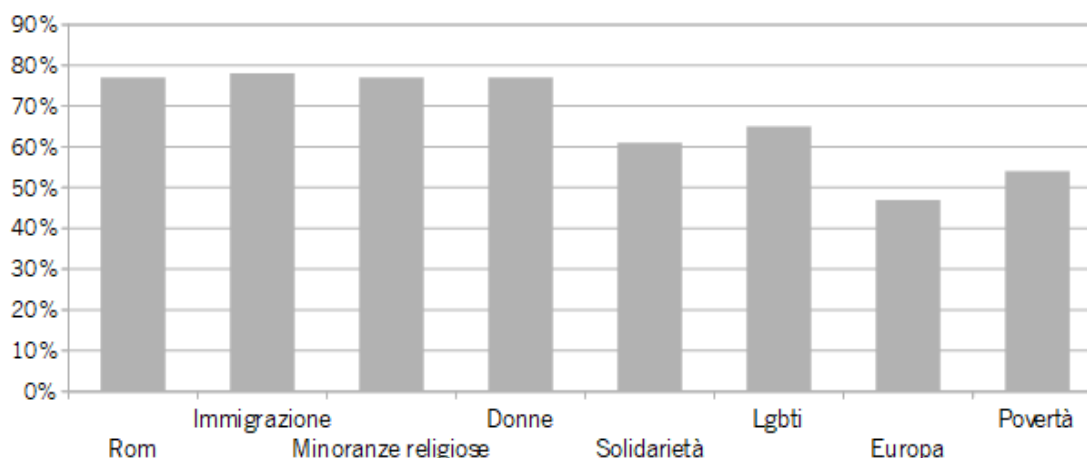


Grafico 1. Incidenza dei contenuti complessivi (dei politici e degli utenti) con accezione negativa sul totale.

[1] Percentuali che indicano l'incidenza dei contenuti negativi inclusivi sia dei post/tweet dei candidati che dei commenti/risposte degli utenti.

[2] Nei contenuti negativi complessivi sono incluse tre tipologie: contenuti con accezione negativa non problematici, contenuti con accezione negativa problematici, contenuti con accezione negativa che configurano hate speech. Tali dati saranno diffusi in occasione del report finale.

È quanto raccontano i 51.217 contenuti unici [3] valutati da **Amnesty International Italia** tra il 26 aprile e il 22 maggio [4], col supporto di circa 150 attivisti, nell'ambito del monitoraggio **“Barometro dell'odio – Elezioni europee 2019”**. Sotto la lente dell'Organizzazione i *feed* Facebook e Twitter dei candidati ai seggi italiani del Parlamento europeo. Il report finale - basato su un campione di dati più ampio - sarà diffuso con l'insediamento del nuovo Europarlamento, raccontando in dettaglio **quanto e in che modo i neo-rappresentanti trattano i diritti umani e civili**, come per mostrare **se e come fanno ricorso a una narrazione basata su odio e discriminazione**.

Gli argomenti trattati in modo più negativo corrispondono a quelli che generano la maggiore quantità di like, condivisioni, repliche: i post e i tweet dei candidati che ne ottengono di più sono quelli relativi a “immigrazione” (54% di contenuti dei politici su questo tema negativi, in media per post/tweet 1522 like, 392 condivisioni e 190 repliche), “minoranze religiose” (57% di contenuti dei politici su questo tema negativi, in media per post/tweet 1230 like, 399 condivisioni e 156 repliche) e “rom” (67% di contenuti dei politici su questo tema negativi, in media per post/tweet 805 like, 374 condivisioni e 158 repliche).

Guardando all'**incidenza dei singoli temi sul dibattito complessivo** (che include tutti contenuti valutati, sia negativi che positivi/neutri) troviamo **“immigrazione”**, categoria che da sola raggruppa quasi l'8% dei contenuti valutati; al 2% “Europa”, poi “solidarietà” e “minoranze religiose” (entrambi i temi quasi 2%). Continua a essere quasi assente dal dibattito il tema “disabilità”.

Interessante osservare come è stato trattato il tema **“Europa”**. A parlarne sono soprattutto i candidati (con il 14% di incidenza per loro è il primo tema, seguito da “immigrazione” e “solidarietà”) e lo fanno in modo negativo solo nel 14% dei casi. Tuttavia, nonostante si tratti della campagna elettorale relativa alla nomina del Parlamento europeo, se guardiamo più da vicino ai messaggi diffusi sul tema “Europa” dai candidati è difficile scovare qualcosa che vada oltre il semplice spot elettorale. L'atteggiamento degli utenti rispetto a questo argomento è molto diverso: ne individuiamo la presenza solo nel 2% dei commenti e delle risposte, quasi la metà delle volte con un taglio negativo.

Focus diritti. La *treemap*: immigrazione ancora protagonista

Restringendo lo sguardo ai soli temi relativi ai diritti umani sui quali il **grafico presente sul sito (*treemap*)** è focalizzato, scopriamo che l'argomento immigrazione continua ad avere il peso maggiore in questo insieme, rappresentando l'argomento al centro del 62% dei contenuti. Seguono, a distanza, “solidarietà” e “minoranze religiose” (11%), “povertà socio-economica” (5%), “rom” (4%), “donne” (3%) e Igbi (0,5%). Continua a essere poco presente nel dibattito su diritti umani e civili, invece, “disabilità”.

Per il grafico online: <https://www.amnesty.it/cosa-facciamo/elezioni-europee/>

[3] Di cui 12.199 contenuti pubblicati dai candidati e 39.081 risposte degli utenti generici.

[4] Dati raccolti a partire dal 15 aprile 2019 e valutati a partire dal 26 aprile 2019.

Integrazione alla nota metodologica

Oltre a quanto descritto nella nota metodologica, con riferimento esclusivo all'elaborazione dei dati preliminari, aggiungiamo alcuni elementi utili:

- i dati valutati due volte nell'ambito dei test incrociati (dove disponibili) sono stati utilizzati per il calcolo della media e per ottenere i risultati in termini percentuali dei contenuti negativi;
- con riferimento ai dati raccolti sulle interazioni, nel caso di Facebook, l'API non consente di scaricare dati quali il numero di condivisioni.

Nota per una corretta lettura della treemap

La *treemap* pubblicata per la diffusione dei dati preliminari del “Barometro dell'odio - Elezioni europee 2019” ha una funzione esemplificativa ed è importante comprendere come sono state elaborate le cifre che vi si trovano per capire in che modo racconta la trattazione dei temi analizzati nel dibattito su Facebook e Twitter.

Per la metodologia utilizzata nell'ambito del monitoraggio consultare la relativa “Nota metodologica”, scaricabile.

In aggiunta a quanto illustrato nella nota metodologica, con solo riferimento a questa *treemap* si fa presente che:

- i valori relativi alle interazioni (like, condivisioni, commenti) corrispondono a numeri medi;
- i valori medi, a causa dell'elevata variabilità tra un contenuto e l'altro, rappresentano in questa fase del monitoraggio un mero indizio di tendenza – per un'analisi più approfondita è necessario attendere il report finale che si baserà su un campione molto più ampio;
- i valori relativi ai commenti degli utenti non corrispondono al numero assoluto di commenti valutati; sono stati sottoposti a ponderazione per riflettere il loro vero volume nel dibattito;
- i valori relativi alle categorie “Igbt” e “disabilità” fanno riferimento a un numero di occorrenze troppo basso per fornire indicazioni attendibili rispetto alle tendenze.

Per approfondire

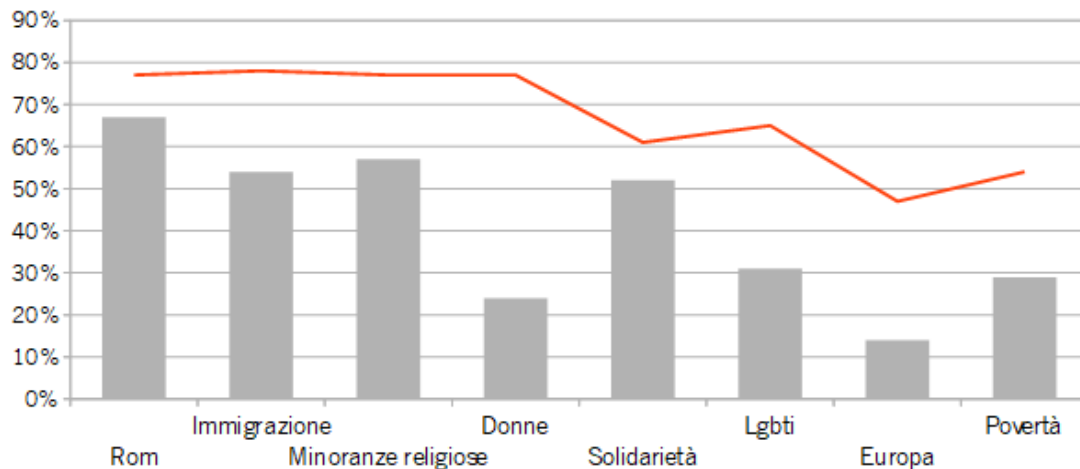


Grafico 2. Incidenza dei contenuti negativi dei politici monitorati (colonne in grigio) sul totale dei contenuti dei politici, per tema. La linea rossa indica l'incidenza dei contenuti negativi complessivi (politici + utenti) sul totale dei contenuti complessivi, per tema.

Accezione dei post/tweet dei politici

L'incidenza dei contenuti negativi pubblicati dai politici è molto inferiore rispetto a quella delle risposte pubblicate dagli utenti.

- Più di 2 contenuti su 3 (68%) sul tema “rom” pubblicati dai politici monitorati hanno un'accezione negativa. Il tema rom, sebbene meno presente di altri tra i post/tweet dei candidati (circa nello 0,5% dei casi, contro il 14% di “Europa” e il 6% di “immigrazione”) è tra quelli che generano il maggior numero di condivisioni e commenti/risposte da parte degli utenti.
- Più di 1 un contenuto su 2 (57%) sul tema “minoranze religiose” pubblicato dai politici monitorati ha un'accezione negativa.
- Più di 1 un contenuto su 2 (54%) sul tema “immigrazione” pubblicato dai politici monitorati ha un'accezione negativa.
- Quasi 1 contenuto su 3 (31%) sul tema “lgbt” pubblicato dai politici monitorati ha un'accezione negativa.
- Quasi 1 contenuto su 3 (29%) sul tema “povertà” pubblicato dai politici monitorati ha un'accezione negativa.

Accezione dei commenti/risposte degli utenti

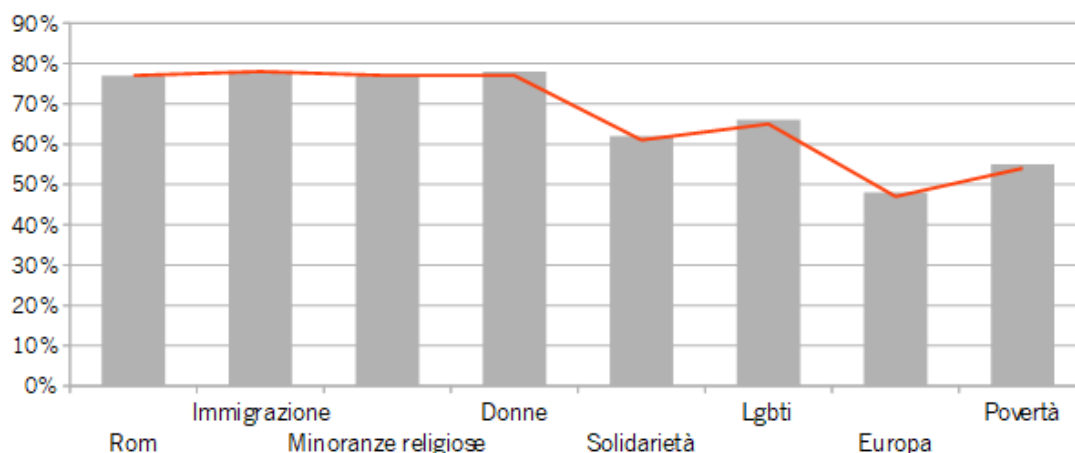
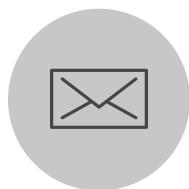


Grafico 3. Incidenza dei contenuti negativi degli utenti (grigio) sul totale dei contenuti degli utenti, per tema. In giallo l'incidenza dei contenuti negativi complessivi (politici + utenti) sul totale dei contenuti complessivi, per tema.

- Quasi 4 contenuti su 5 (78%) sul tema “immigrazione” pubblicati dagli utenti che rispondono ai politici monitorati hanno un'accezione negativa.
- Quasi 4 contenuti su 5 (78%) sul tema “donne” pubblicati dagli utenti che rispondono ai politici monitorati hanno un'accezione negativa.
- Più di 3 contenuti su 4 (77%) sul tema “rom” pubblicati dagli utenti che rispondono ai politici monitorati hanno un'accezione negativa.
- Più di 3 contenuti su 4 (77%) sul tema “minoranze religiose” pubblicati dagli utenti che rispondono ai politici monitorati hanno un'accezione negativa.
- 2 contenuti su 3 (66%) sul tema “lgbt” pubblicati dagli utenti che rispondono ai politici monitorati hanno un'accezione negativa.



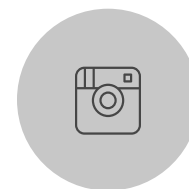
barometro@ai-italy.it
Ufficio stampa:
press@amnesty.it



facebook.com/Amnesty
InternationallItalia



@amnestyitalia



@amnestyitalia