28 settembre 2023 17:35

Come Musk alimenta la disinformazione su Twitter/X

di Redazione

L'acquisizione di Twitter da parte di Elon Musk lo scorso ottobre ha sollevato molte domande sulla promozione dell'odio online, sulla libertà di espressione e sul controllo che i social media possono – e vogliono – imporre sulle loro piattaforme.

Da allora, uno studio condotto da ricercatori americani ha documentato un aumento dei messaggi di odio e di disinformazione che circolano sulla piattaforma Twitter, da allora ribattezzata X.

Alla luce di questo studio, anche noi abbiamo deciso di prendere parte all'esercizio. Sulla base delle nostre osservazioni, possiamo confermare che la disinformazione che nega la realtà del cambiamento climatico e del riscaldamento globale nella regione artica è aumentata in modo significativo. Questo aumento si è fatto sentire a partire dal mese successivo all'avvio del processo di acquisizione, nel maggio 2022. La regione artica è al centro della ricerca sui cambiamenti climatici e rappresenta un simbolo forte, sia per gli attivisti climatici sia per chi vuole negare la portata del fenomeno.

Sempre più scetticismo sul clima

Analizzando i 500 tweet in francese più trasmessi ogni mese relativi all'Artico, possiamo osservare che ci sono stati 3,5 volte più tweet che trasmettevano disinformazione relativa all'Artico da maggio 2022 a maggio 2023 rispetto all'anno precedente l'acquisizione (da maggio 2021 ad aprile 2022). Questi dati sono disponibili pubblicamente nella nostra applicazione web di analisi dei dati. Questa proporzione aumenta fino a 4 volte se ci concentriamo solo sui 100 tweet più trasmessi dagli utenti durante lo stesso periodo.

Una parte significativa di questa disinformazione riguardava il cambiamento climatico: i tweet cercavano di minimizzarne l'entità o di negarne l'esistenza. In un mese tipico, circa il 90% dei post di disinformazione su X (Twitter) sull'Artico tentavano di negare o minimizzare il riscaldamento globale.

Da allora siamo rimasti su un plateau elevato che non sembra destinato a scendere, ad eccezione di febbraio 2023. Quest'ultimo sembra più un'anomalia rispetto a questa tendenza al rialzo che un cambiamento significativo. Questa disinformazione ha raggiunto picchi addirittura nei mesi di aprile e maggio 2023, attestandosi intorno al 20%.

Un aumento che non è dovuto al caso

L'aumento della disinformazione legata al cambiamento climatico si spiega principalmente con la riammissione da parte di Musk di account precedentemente vietati dall'ex amministrazione Twitter.

Tuttavia, riteniamo che la diffusione della disinformazione sia amplificata anche da una strategia volta a mettere a tacere i critici. Questa strategia si basa abilmente su due tecniche ben note nel mondo della comunicazione pubblica e politica: deviare la colpa per minacciare meglio e tagliare l'accesso alle informazioni.

L'irrigatore irrigava

Infatti, in un testo pubblicato lo scorso agosto, il media pubblico americano NPR (National Public Radio) spiega come il CEO di X accusa una società britannica di ricerca sulla disinformazione – il Center for Countering Digital Hate (CCDH) – di contribuire alla perdita di pubblicità entrate spacciando la disinformazione stessa. Infatti, accusa il CCDH di effettuare un campionamento selettivo e di mostrare solo tweet che incitano all'incitamento all'odio. Secondo Musk, questi non sono rappresentativi di tutti i tweet e vengono utilizzati per fargli perdere entrate pubblicitarie. Accusa inoltre l'azienda di web scraping illegale (una tecnica per raccogliere informazioni sul web chiamata web scrapping) e per questo sta portando CCDH in tribunale.

In un altro testo pubblicato sul suo sito web, la CNN riferisce che Elon Musk minaccia anche un altro gruppo di ricerca, l'Anti-Defamation League (ADL), di denunciarli per... diffamazione. Come nel caso del CCDH, accusa l'ADL di essere la causa di una perdita di reddito del 60%. Queste accuse sono chiaramente un altro tentativo di deviare la colpa, di giustificare minacce di azioni legali contro l'ADL, al fine di mettere a tacere il gruppo di ricerca.

Ovviamente questa prima tecnica non riguarda solo questi due enti di ricerca. Questo è un messaggio forte che Musk lancia all'intera comunità di ricerca: stai zitto o subisci le conseguenze delle tue azioni.

Far tacere la ricerca

L'altra strategia per mettere a tacere la comunità di ricerca potrebbe essere stata meno rumorosa, ma non è necessariamente meno violenta. Infatti, prima che Musk prendesse il controllo di Twitter, il social network aveva aperto l'accesso API, cioè l'accesso a un server che permette di aggiungere o estrarre informazioni.

Uno di questi accessi era riservato a gruppi e organizzazioni di ricerca in modo che potessero estrarre vari dati per analizzare cosa stava succedendo e cosa si diceva su Twitter. Tuttavia, da quando ha preso il controllo del social network, Musk ha modificato diversi accessi API per limitarli e renderli più costosi, e ha chiuso l'API gratuita così come quella riservata alla ricerca.

Un argomento poco difeso per quanto riguarda la ricerca, poiché dalla sua chiusura non è stato offerto ai ricercatori alcun nuovo accesso API. Sembra piuttosto che Musk abbia escluso coloro che utilizzavano questi dati per dipingere un ritratto accurato della disinformazione nel suo social network.

Detto questo, Musk non è l'unico ad aver chiuso il suo accesso API. Infatti, dopo lo scandalo Cambridge-Analytica – questa società di consulenza aveva utilizzato e venduto i dati personali raccolti utilizzando l'API di Facebook senza il consenso esplicito degli utenti, Facebook aveva chiuso anche questo accesso all'API. L'azienda, che da allora è diventata Meta, ha poi riaperto l'accesso ai ricercatori attraverso il servizio CrowdTangle.

Tuttavia, nella corrispondenza che abbiamo ricevuto da questo servizio lo scorso agosto, CrowdTangle ha congelato qualsiasi nuova richiesta. Questa misura blocca l'accesso di molti gruppi e numerosi organismi di ricerca a dati essenziali che consentono loro di comprendere la disinformazione nei social network.

Pertanto, la proliferazione della disinformazione sui cambiamenti climatici nell'Artico non può essere spiegata esclusivamente con l'aumento del volume dei messaggi postati sui social network o del numero di utenti che diffondono questa disinformazione. Ciò si spiega anche con una strategia che definiamo irresponsabile da parte del grande capo di X volta a mettere a tacere la ricerca legittima in questo settore.

(Jean-François Savard - Professeur agrégé, École nationale d'administration publique (ENAP) -, Mathieu Landriault - Part-time professor, Political Studies, L'Université d'Ottawa/University of Ottawa -, su The Conversation del 27/09/2023)

CHI PAGA ADUC

l’associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)
La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile
DONA ORA (http://www.aduc.it/info/sostienici.php**)**