Così la Cina fa propaganda in Italia, con i bot. Ecco l'analisi su Twitter di Alkemy per Formiche

Una ricerca di Alkemy per Formiche rivela un'operazione senza precedenti della propaganda cinese sugli aiuti per il coronavirus. Quasi la metà dei tweet con l'hashtag #forzaCinaeItalia è opera di bot. E l'ambasciata cinese…

Quasi la metà dei post su Twitter pubblicati tra l'11 e il 23 marzo con l'hashtag #forzaCinaeItalia è opera di bot. Prodotto dei cosiddetti account automatizzati è anche oltre un terzo di quelli con l'hashtag #grazieCina. Secondo un'analisi di Social Data Intelligence realizzata per *Formiche* dal Lab R&D di Alkemy SpA, in collaborazione con Deweave, Luiss Data Lab e Catchy, il 46,3% dei post su Twitter pubblicati tra l'11 e il 23 marzo con l'hashtag #forzaCinaeItalia, quasi la metà, è

stata generata da bot, account automatizzati creati con il preciso scopo di fare da cassa di risonanza. Lo stesso vale per un altro popolare hashtag, #grazieCina, che nello stesso arco di tempo ha dato ampia eco all'operazione diplomatica cinese: più di un terzo dei tweet che lo contenevano, il 37,1%, era prodotto da bot.

La propaganda del governo cinese in Italia è entrata dunque in una nuova fase. Il 12 marzo un Airbus A-350 della China Eastern proveniente da Shanghai è atterrato all'Aeroporto di Fiumicino con a bordo nove medici specializzati cinesi dall'Hubei e trenta tonnellate di materiale sanitario. Nei giorni precedenti e successivi all'arrivo, l'account Twitter dell'ambasciata cinese in Italia (@ambCina) ha dato ampio resoconto dell'operazione, dallo sbarco al tragitto che ha portato l'équipe medica a Padova, utilizzando l'hashtag #forzaCinaeItalia. I cinguettii con questo hashtag hanno ricevuto un numero di "mi piace" e retweet di gran lunga superiore alla norma.

UN ESERCITO DI BOT

Non si tratta di un caso. L'analisi del gruppo di ricercatori, composto da **Luca Tacchetti**, **Alice Andreuzzi**, **Nicola Piras**, **Alessandra Spada** e **Stefano Vacca**, si basa su un campione di 47.821 tweet. Grafici alla mano, il livello di attività, coinvolgimento (retweet + like) e gradimento (like) dell'account Twitter dell'ambasciata cinese a Roma e dei post riguardanti l'operazione di soccorso del governo cinese sembrano fotografare un'operazione premeditata che non ha precedenti in Italia.

Non è un mistero per chi conosce lo spazio cibernetico l'esistenza sui social network dei bot, account creati ad hoc per aumentare, attraverso post, like, retweet, citazioni, la portata e l'efficacia di un preciso messaggio e assumendo la forma di una *eco chamber*. È ormai da tempo acclarata l'esistenza di un vero e proprio mercato dei bot cui attingono

frequentemente sia attori privati sia entità statuali.

IL METODO

Nel caso della propaganda cinese intorno all'arrivo di aiuti in Italia, il team di studiosi ha costruito l'analisi sulla base della definizione di bot offerta dall'Oxford Internet Institute (Oii), che suggerisce alcuni indicatori per riconoscere un account automatizzato da uno vero. Primo: la sua attività. Secondo l'Oii sono sospetti gli account che pubblicano più di 50 tweet al giorno. Secondo: il tasso di amplificazione. Uno dei ruoli principali dei bot è quello di fare da "cassa di risonanza" per alcuni account specifici. La cronologia di un bot tipico è quindi composta da una lunga serie di retweet e citazioni di notizie, con pochi o nessun post originale. Terzo: la sorgente (*source*), ovvero il tipo di applicazione di provenienza dei tweet pubblicati dagli account. Oltre le classiche applicazioni i bot spesso utilizzano fonti non tradizionalmente riconosciute.

Nello specifico i bot filocinesi sono stati individuati per una serie di criteri. Primo, l'attività e la *timezone:* "Gli account selezionati presentano una media di condivisione post su Twitter di oltre 50 tweet al giorno, arrivando il più attivo a 91,72 post. Tale attività è da considerarsi automatizzata. Ciò si riscontra inoltre dall'analisi della *timezone* (orario di pubblicazione), presumibilmente falso per via dell'attività continua nell'intero arco della giornata, senza pause tra la notte e il giorno", spiega il report. Secondo, il tasso di amplificazione: l'attività degli account "è concentrata sul retweet e *mention*. Gli account selezionati non producono un alto numero di post organici". Terzo, follower/following: gli account sospetti sono spesso seguiti da altri "account automatizzati". Quarto, l'affiliazione politica: "Si ritiene che gli account facciamo riferimento alla stessa affiliazione politica, a favore degli interventi cinesi. Interessante che non vi siano riferimenti

ad iniziative di altri Paesi (esempio Russia o Usa)". Quinto, l'*handle*: "la composizione dei nickname è infatti alfanumerica", e questo prova come i profili siano "generati da un algoritmo". Sesto e ultimo, l'anonimato: "Alcuni account presentano lunghi periodi di assenza di comunicazione".

Dal lavoro di Alkemy emerge, inoltre, come gli hashtag #forzaCinaeItalia e #graziecina siano utilizzati in modo limitato: sono sempre secondari rispetto ai temi principali Covid19 e Cina. E tra gli hashtag correlati a #Cina troviamo #Lagarde, #Ue, #Europa ma anche #vergogna, a dimostrazione di come spesso la propaganda sugli "aiuti" cinesi sia stata messa a confronto con un presunto immobilismo dell'Unione europea.

IL RUOLO DELLA DIPLOMAZIA CINESE

Centrale in questa campagna risulta essere l'account ufficiale dell'ambasciata cinese in Italia, molto attivo per post pubblicati per il periodo analizzato. Nonostante ciò, le interazioni rispetto agli argomenti condivisi, da parte degli utenti Twitter, sono episodiche e limitate a singoli eventi. Il picco è stato registrato giovedì 12 marzo in occasione dell'arrivo del volo da Shanghai con gli aiuti cinesi: i tweet dell'ambasciata, molti dei quali contenenti l'hashtag #forzaCinaeItalia, hanno ricevuto un altissimo engagement, spiegano i grafici di Alkemy. L'attività di coinvolgimento subisce in seguito una brusca flessione, attestandosi su un livello comunque molto più alto rispetto alle rilevazioni di febbraio.

Ampia condivisone hanno avuto anche tweet riconducibili a *fake news*. Come il video, rilanciato anche da **Hua Chunyinh**, portavoce del ministero degli Esteri cinese, per sostenere che gli italiani fossero usciti sui balconi a ringraziare la Cina e a cantare l'inno cinese. Quel video è una fake news, come ha spiegato Pagella Politica.

> *Amid the Chinese anthem playing out in Rome, Italians chanted "Grazie, Cina!". In this community with a shared future, we share weal and woe together. pic.twitter.com/HYwrheCUEo*
>
> *— Hua Chunying □□□ (@SpokespersonCHN) March 15, 2020*

Ma l'analisi di Alkemy sull'hashtag #flashmobsonoro da parte dell'#ugic (Unione giovani italo cinesi) rivela un alto numero di like il 14 marzo.

IL PROFILO DEI BOT

Di particolare interesse anche i profili degli utenti attivi nell'*echo chamber* cinese. Soltanto uno degli account analizzati presenta nella biografia il messaggio politico "No Nato, No Europa", gli altri hanno bio più generiche o addirittura vuote. "Alcuni account presentano interessanti casi di "silenzio" ovvero lunghi periodi di assenza di comunicazione – scrivono i ricercatori – l'attività di comunicazione si avvia a ridosso di determinati eventi (ad esempio arrivo in Italia degli aiuti cinesi)".

Si tratta dunque di utenti che rimangono silenti per mesi, o per anni, per poi far registrare un boom di post in concomitanza di eventi pubblici come le elezioni in Emilia-Romagna, il Festival di Sanremo e, con un picco senza paragoni, l'arrivo dei medici da Shangai. Il contenuto dei messaggi spesso cambia di tono, il che sembra suggerire che si tratta di account sul mercato, attivabili a pagamento e a seconda delle necessità.

Come si può osservare, l'indice di attività assume valori molto alti per numero di post pubblicati dai singoli account. Si osserva un balzo delle curve in occasione della prima metà

di marzo 2020, con l’arrivo degli aiuti dalla Cina. L’indice di coinvolgimento non presenta un trend stabile, ma si registrano picchi delle curve in occasione di singoli eventi.

L’ALLARME INTERFERENZE

Dai risultati della ricerca di Alkemy sembra emergere una regia dietro la campagna di propaganda che ha circondato l’arrivo di aiuti dalla Cina in Italia. Appaiono dunque fondati i sospetti del Copasir (Comitato parlamentare per la sicurezza della Repubblica), l’organo di raccordo fra Parlamento, governo e intelligence che di recente ha lanciato un allarme interferenze straniere in Italia sull’onda della pandemia di coronavirus. Un’emergenza nell’emergenza che è ormai all’attenzione di un fronte bipartisan di politici e studiosi negli Stati Uniti. **Laura Rosenberger**, direttore dell’Alliance for Securing Democracy e *senior fellow* del German Marshall Fund, ha evidenziato come il governo cinese abbia mutuato dalla Russia diverse tattiche della disinformazione via internet con lo scopo di ripristinare la propria immagine dopo i ritardi che hanno causato l’esplosione della pandemia a Wuhan. Dalle analisi di Alkemy sembra che queste tattiche abbiamo trovato applicazione in Italia. Con modalità finora inedite.