

Analisi dell'informazione sulla crisi climatica

Anno 2023

Risultati 3° quadrimestre: settembre-dicembre 2023, Instagram (Q3/2023/IG)

a cura di Monia Azzalini e Mirella Marchese



INDICE



METODOLOGIA DELLE RICERCA

CAMPIONE DI ANALISI

AGENDA DELL'INFORMAZIONE

ORGANIZZAZIONE DEI RISULTATI

RISULTATI

1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA
2. L'INFORMAZIONE SULLA DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DECONTESTUALIZZATA DALLA CRISI CLIMATICA
3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE
4. AZIONI PER IL CLIMA E NARRATIVE DI RESISTENZA
5. COVERAGE GIORNALISTICO DAL 1° GENNAIO 2023

CONCLUSIONI

METODOLOGIA DELLA RICERCA

Metodologia

Analisi del contenuto quali-quantitativa (*content analysis*) su *screening* preliminare di post contenenti le seguenti parole chiave: clima, *climate change*, climatic-, decarbonizzazione, effetto serra, emissioni climalteranti, fossil-, gas serra, *global warming*, riduzione/abbattimento/azzeramento (e sinonimi) delle emissioni, riscaldamento/surriscaldamento globale

Domande di ricerca

1. Qual è l'attenzione dedicata alla crisi climatica nell'informazione italiana?
2. Qual è il *framing* del discorso giornalistico sulla crisi climatica?
3. Viene tematizzata la questione del *greenwashing*?
4. Quando si parla di crisi climatica si parla anche delle cause e dei responsabili?
5. Quali responsabili vengono individuati?
6. Quando si parla di crisi climatica si parla di connessione tra fonti fossili e cambiamenti climatici?
7. Quanto spazio viene concesso a negazionisti e aziende inquinanti?
8. Quando si parla di crisi climatica a quali conseguenze si fa riferimento?
9. Quanto spazio e quali caratteristiche hanno i post sulla decarbonizzazione e la riduzione delle emissioni che non menzionano le azioni per il clima?
10. Ci sono differenze fra le diverse testate giornalistiche? Se sì, quali sono?
11. Qual è l'attenzione dedicata alle azioni per il clima?
12. Quali narrazioni di resistenza alle azioni per il clima emergono?
13. Quali e chi sono i soggetti del discorso sulla crisi climatica?
14. Qual è l'attenzione dedicata alla crisi climatica dal 1° gennaio 2023?



CAMPIONE DI ANALISI



Genere informativo: Instagram (account ufficiali di testate giornalistiche)

Criteri di selezione: 20 account selezionati secondo i seguenti criteri: numero di *follower* (almeno 50mila), tipologia di testata giornalistica titolare dell'account (sia nativa digitale che immigrata digitale), orientamento politico (sia conservatore sia progressista).

Account testate giornalistiche

avvenire.it	il_post	la_stampa	skytg24
corriere	ilfattoquotidianoit	larepubblica	tgcom24
domanieditoriale	ilfoglio	laveritàweb	torcha
factanza	ilmanifesto	liberoquotidiano	tpi
fanpage.it	ilsole_24ore	open_giornaleonline	will_ita

Periodo: dal 1° settembre al 31 dicembre 2023.

Totale post pubblicati dalle 20 testate giornalistiche campione: 9.857.

Nota: la selezione del materiale da Instagram è stata effettuata utilizzando CrowdTangle, strumento di proprietà Meta che consente l'analisi di dati testuali e statistici delle pagine pubbliche di Facebook e Instagram.

AGENDA DELL'INFORMAZIONE

PRINCIPALI EVENTI NELL'AGENDA DELL'INFORMAZIONE DI INSTAGRAM SULLA CRISI CLIMATICA

DAL 1° SETTEMBRE AL 31 DICEMBRE 2023

- COP 28 (30 NOVEMBRE-13 DICEMBRE 2023)
- VERTICE SUL CLIMA A NAIROBI
- DATI COPERNICUS SULLE TEMPERATURE
- CALDO ANOMALO
- RAPPORTO ANNUALE CENSIS
- BLITZ DI EXTINCTION REBELLION A VENEZIA E IN ALTRE CITTÀ
- BLITZ DI ULTIMA GENERAZIONE A BERLINO, MILANO, SULL'AUTOSTRADA TORINO-MILANO
- ARRESTO DI GRETA THUNBERG A LONDRA



ORGANIZZAZIONE DEI RISULTATI



- I risultati presentati nella **sezione 1** riguardano le notizie che citano esplicitamente **la crisi climatica**.
- I risultati presentati nella **sezione 2** riguardano le notizie che parlano di **decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni senza citare la crisi climatica**. Queste notizie sono state analizzate, perché la crisi climatica è il contesto implicito a cui fanno riferimento (decarbonizzare e ridurre le emissioni sono infatti due degli obiettivi indicati dalla comunità internazionale per mitigare il riscaldamento globale e contenere l'aumento della temperatura media globale entro 1,5°C o al massimo 2°C), ma separatamente.

1

L'INFORMAZIONE

SULLA

CRISI CLIMATICA

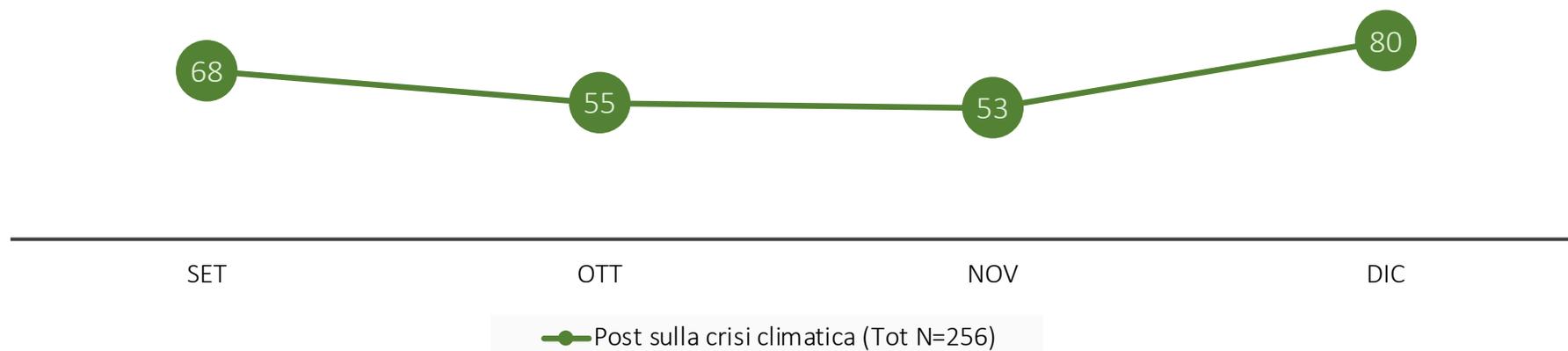


1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA

I post che citano la crisi climatica sono **256, pari al 2,6% dei post totali pubblicati** (N=9.857)

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

POST SULLA CRISI CLIMATICA PER MESE
(Frequenza N)



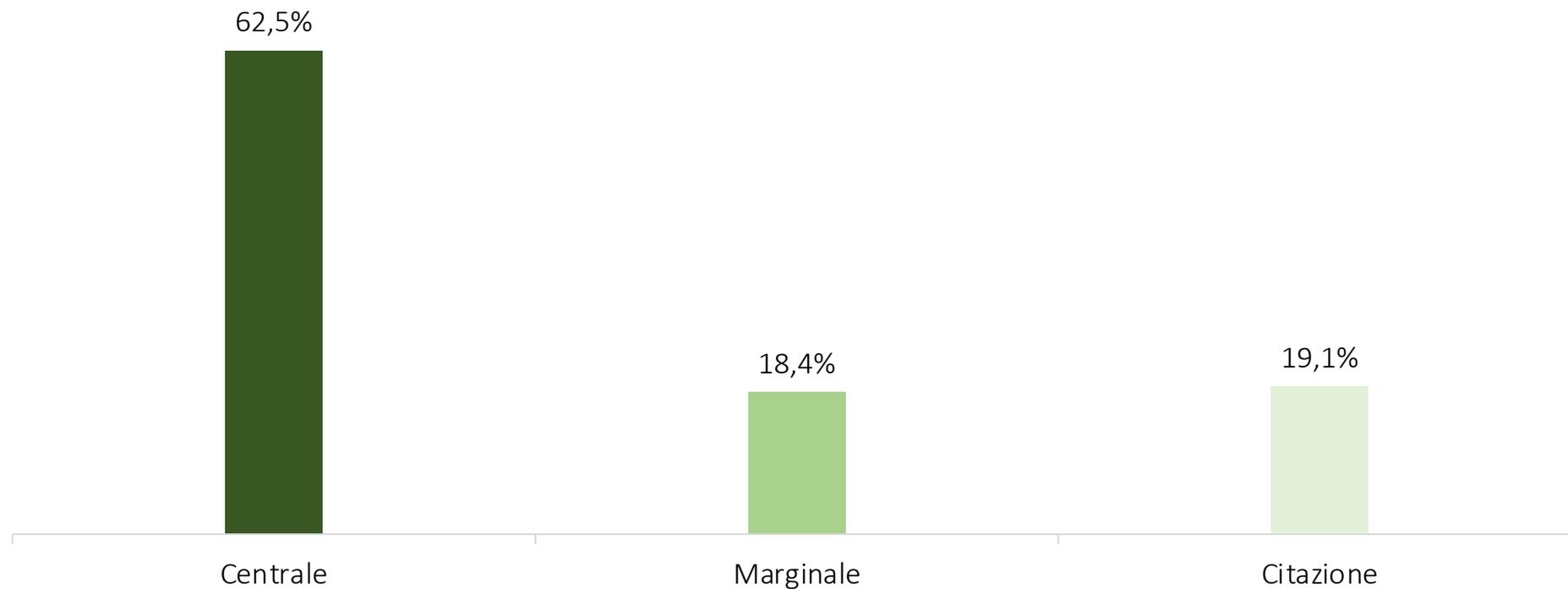
1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA

I post con crisi climatica centrale sono il 62,5% (su Tot N=256).

Il restante 37,5% si limita a trattare la crisi climatica *a latere* di altri argomenti o a citarla.

RILEVANZA DELLA CRISI CLIMATICA NEI POST

(Distribuzione % su Tot post N=256; 100,0%)



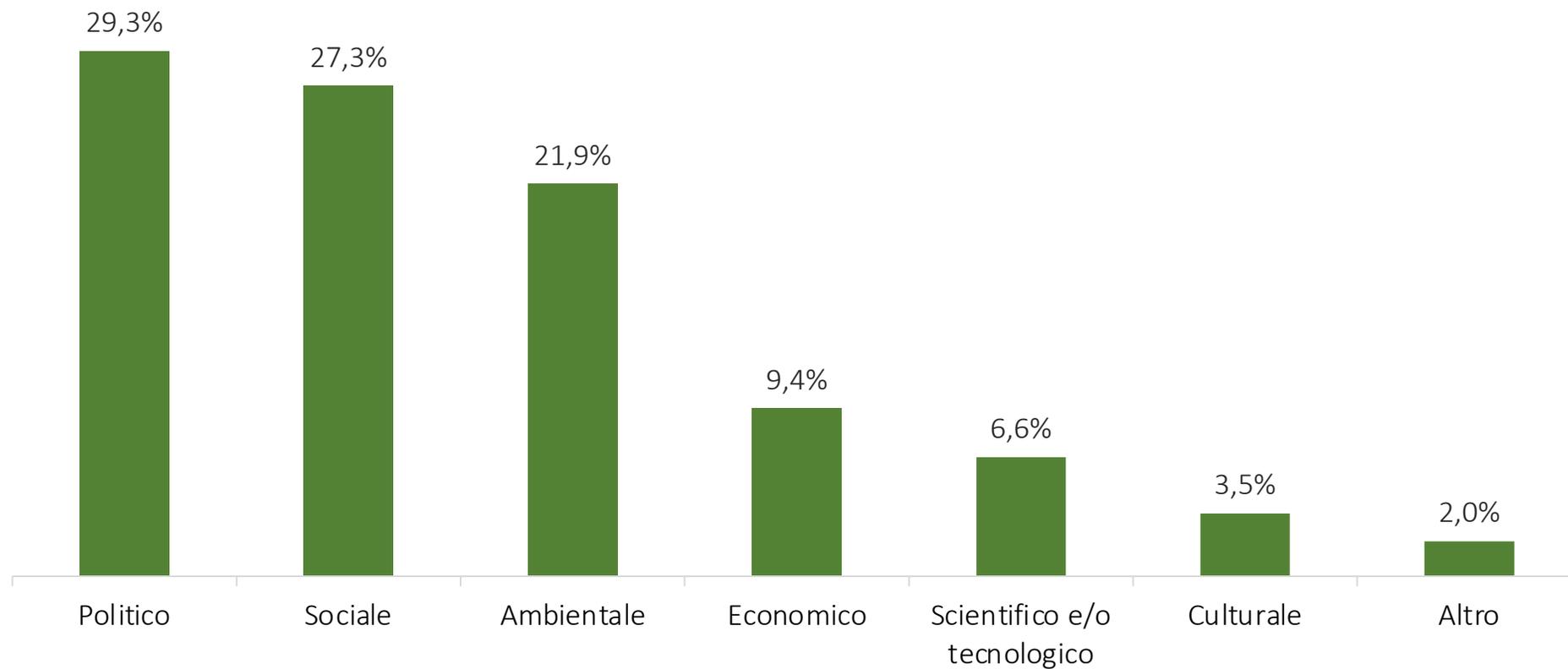
SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA

Il discorso giornalistico sulla crisi climatica è inquadrato **prevalentemente** come **politico, o sociale.**

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

FRAME PREVALENTI NEI POST
(Distribuzione % su Tot post N=256; 100,0%)



1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA

Le **politiche nazionali e internazionali** sono l'argomento più frequente, ricorrente **nel 30,5% dei post**, seguito dagli **accordi sul clima**, ricorrenti **nel 27% dei post**.

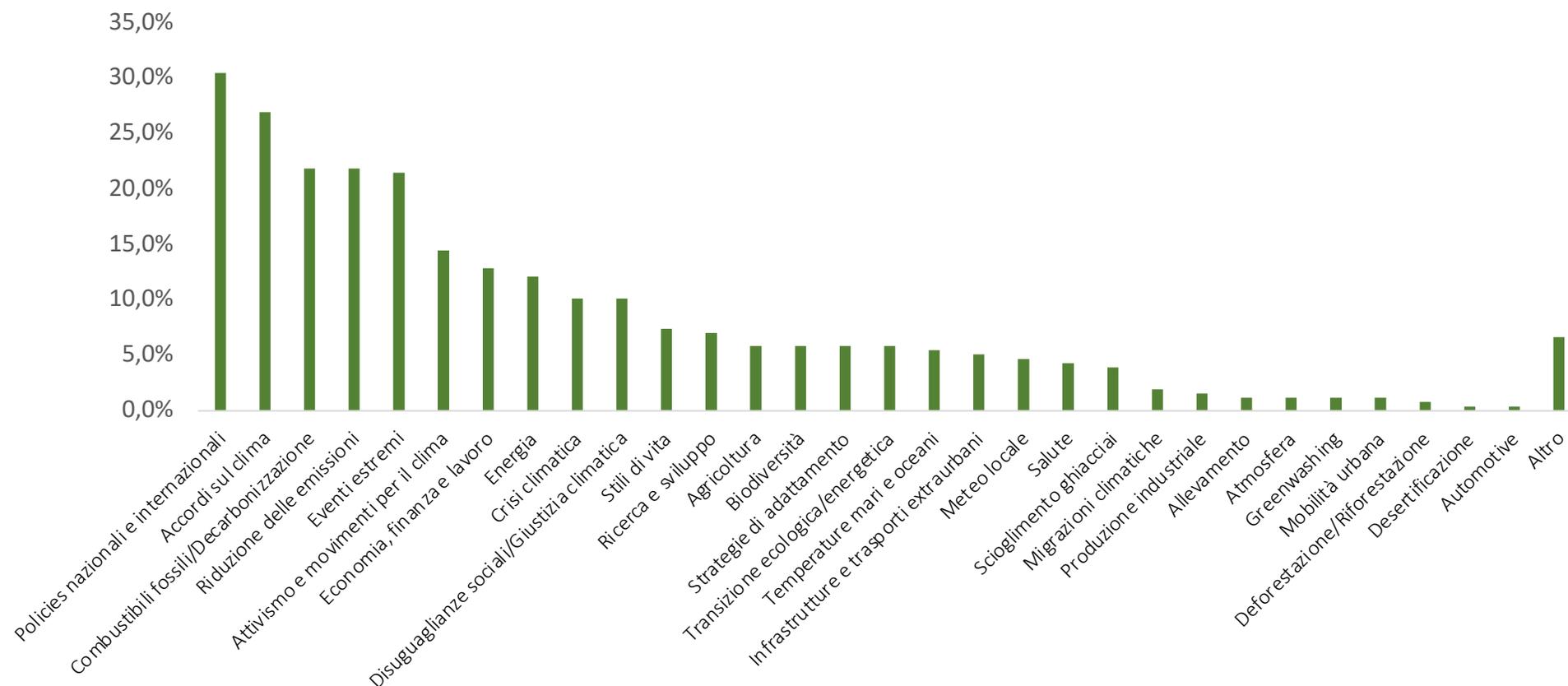
I **combustibili fossili/la decarbonizzazione** sono menzionati **nel 21,9% dei post**.

Il **greenwashing** è menzionato **nell' 1,2% dei post**.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

ARGOMENTI RICORRENTI NEI POST

(Incidenza % di ogni argomento su Tot post N=256)



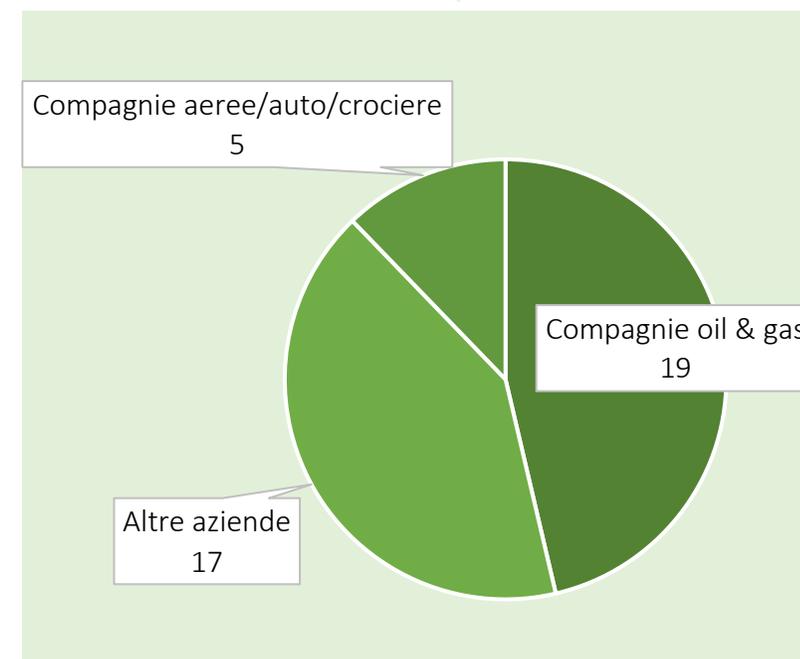
*crisi climatica: solo in assenza di altri argomenti più specifici

1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA

Nei 256 post pertinenti la crisi climatica sono stati rilevati **316 soggetti** individuali o collettivi, citati o intervistati.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

SOGGETTI CITATI O INTERVISTATI (Distribuzione % su Tot soggetti N=316; 99,9%)



1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA

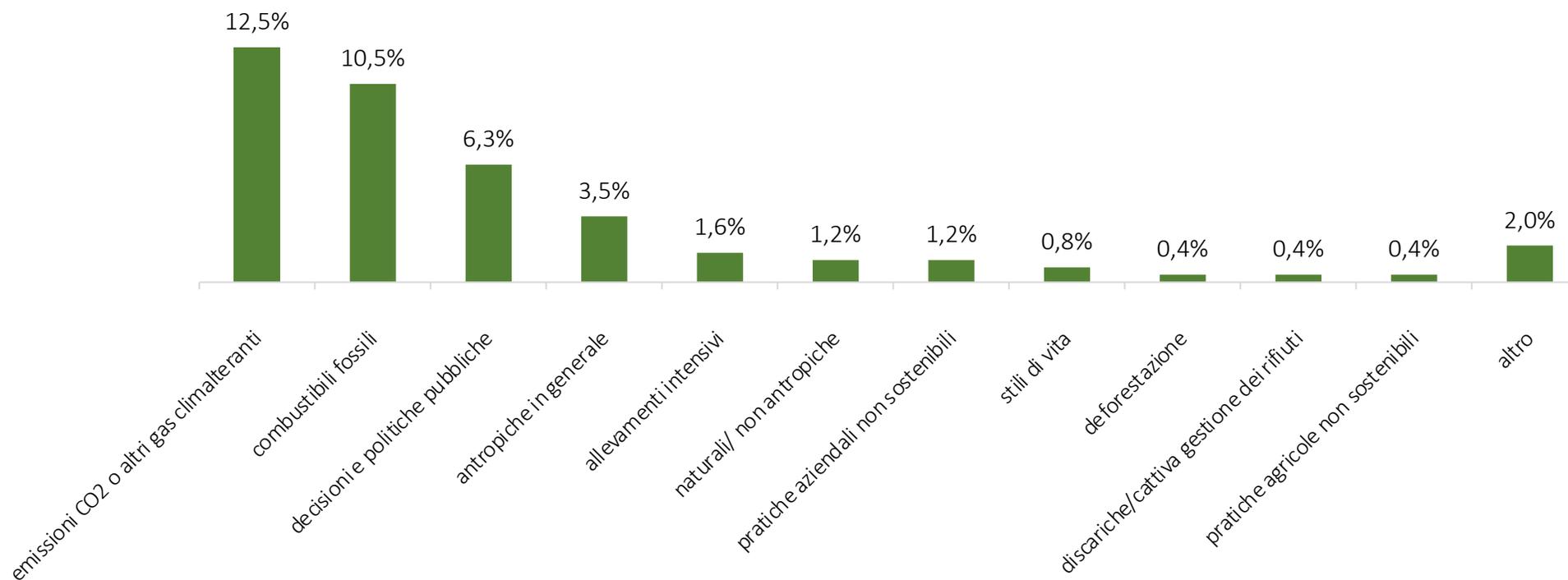
Il 69,9% dei 256 post esaminati non cita nessuna causa della crisi climatica.

Il restante 30,1% cita diverse cause, fra cui prevalgono le emissioni di CO² o altri gas climalteranti.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

CAUSE DELLA CRISI CLIMATICA

(Incidenza % di ogni causa su Tot post N =256)

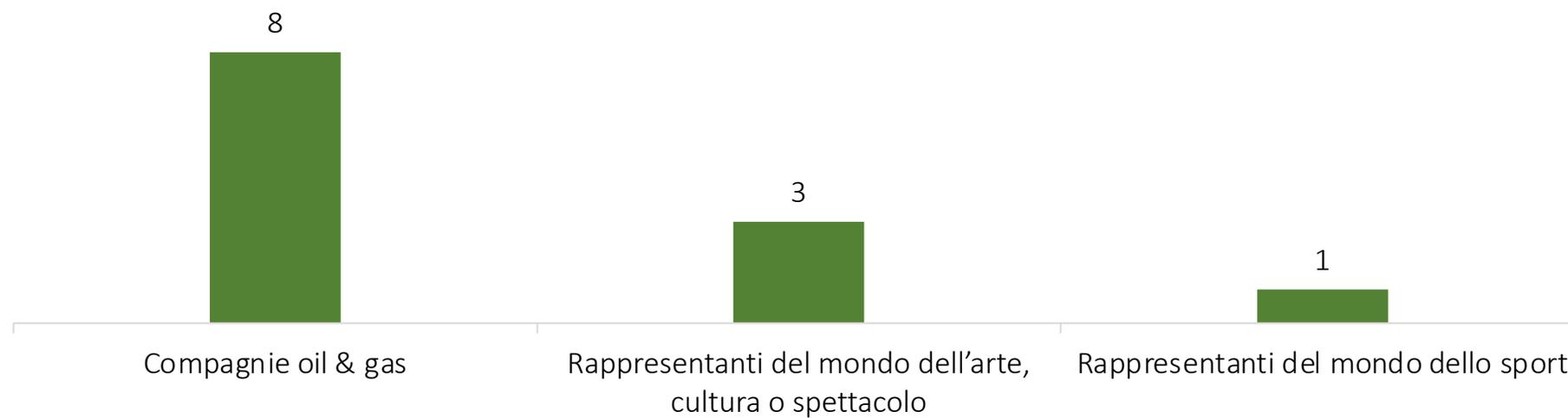


1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA

Su un totale di 256 soggetti rilevati, quelli indicati come **responsabili** sono **N=12**, pari al 3,8% del totale.

RESPONSABILI DELLA CRISI CLIMATICA

(Frequenza N)



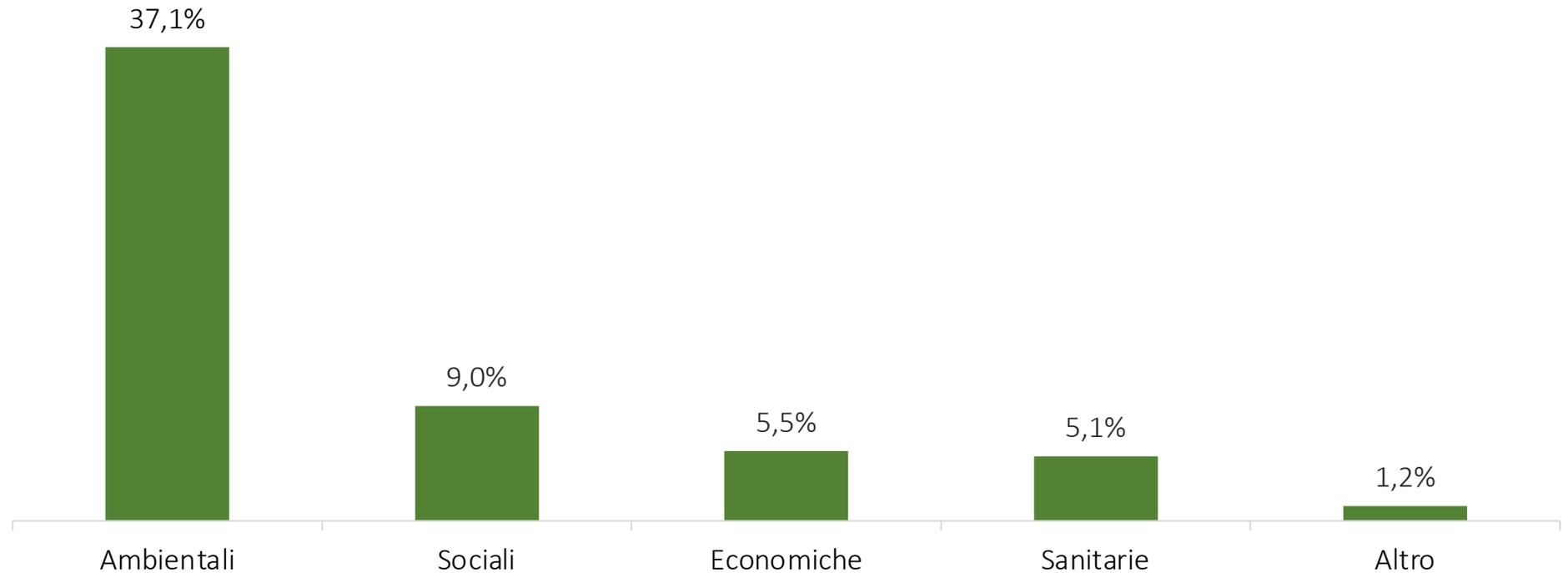
SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

1. L'INFORMAZIONE SULLA CRISI CLIMATICA

Il 46,1% dei 409 post pertinenti la crisi climatica cita qualche conseguenza.

Le conseguenze più citate sono quelle di tipo ambientale.

CONSEGUENZE DELLA CRISI CLIMATICA
(Incidenza % di ogni conseguenza su Tot post N=409)



SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

2

L'INFORMAZIONE

SULLA

DECARBONIZZAZIONE E/O

RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

DECONTESTUALIZZATA DALLA

CRISI CLIMATICA

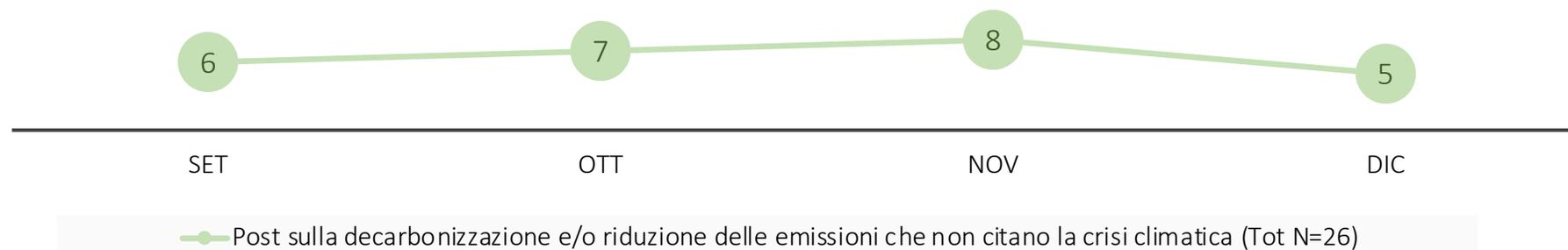


2. L'INFORMAZIONE SULLA DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DECONTESTUALIZZATA DALLA CRISI CLIMATICA

I post sulla decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni che non citano la crisi climatica sono **26, pari allo 0,3%** dei 9.857 post pubblicati dalle 20 testate giornalistiche campione dal 1° settembre al 31 dicembre 2023.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

POST SULLA DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE DELLE EMISSIONI CHE NON CITANO LA CRISI CLIMATICA PER MESE (Frequenza N)



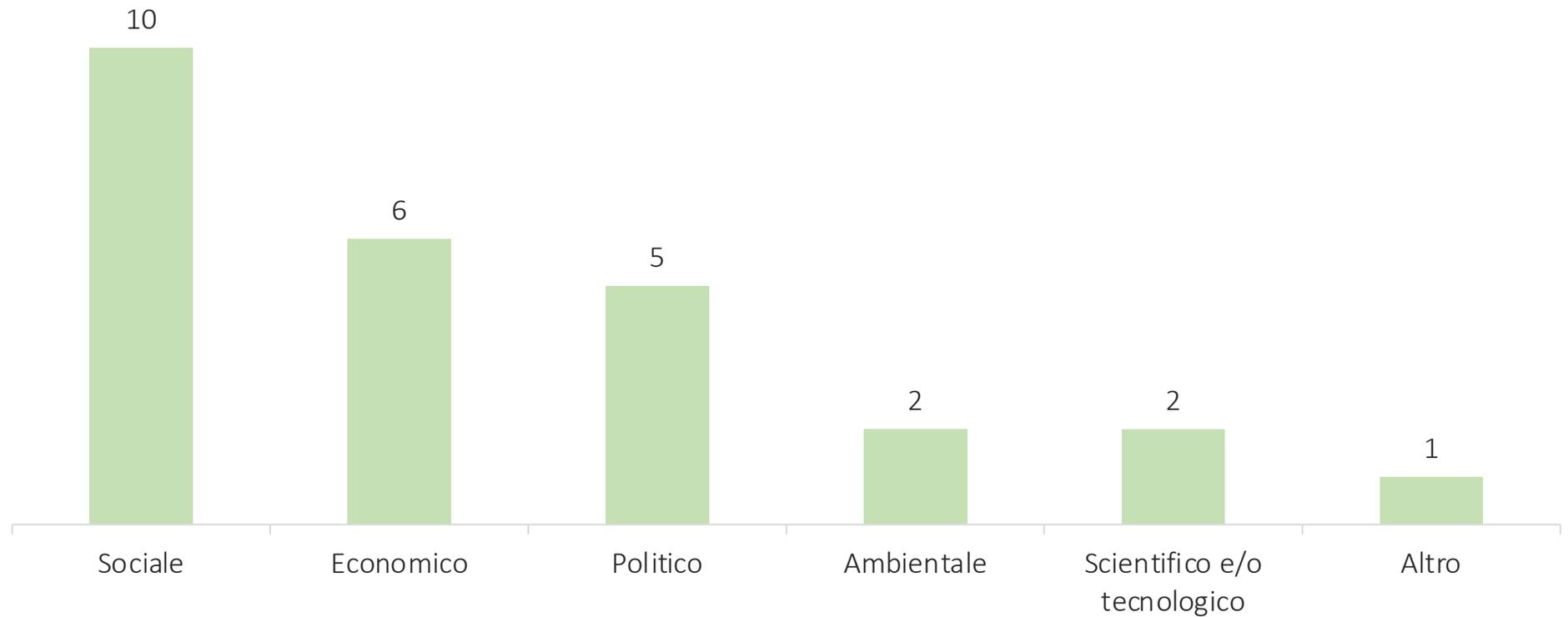
2. L'INFORMAZIONE SULLA DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DECONTESTUALIZZATA DALLA CRISI CLIMATICA

Il **frame prevalente** dei post che parlano di decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni senza citare la crisi climatica è **sociale**.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

FRAME PREVALENTI

(Frequenza N)

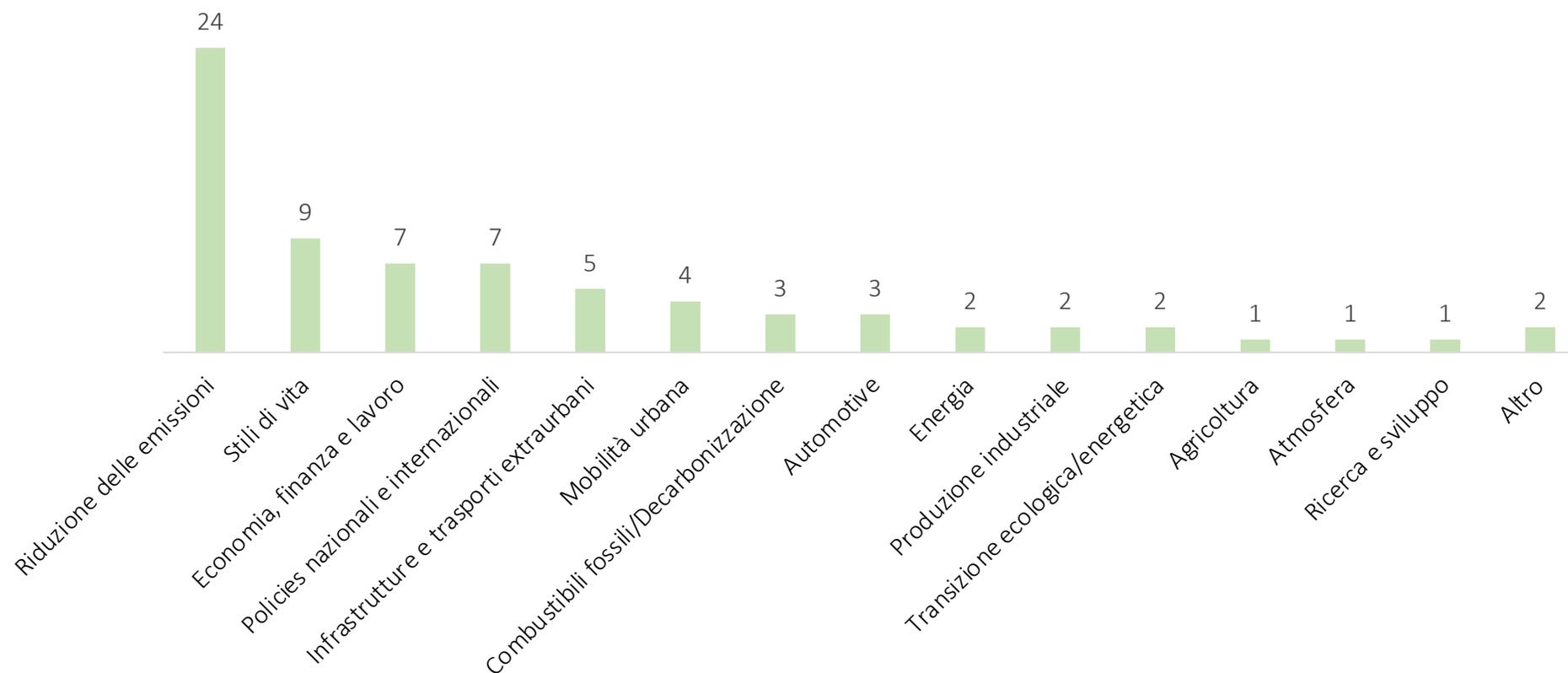


2. L'INFORMAZIONE SULLA DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DECONTESTUALIZZATA DALLA CRISI CLIMATICA

La riduzione delle emissioni è l'argomento più frequente.

ARGOMENTI RICORRENTI

(Frequenza N)



SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

2. L'INFORMAZIONE SULLA DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DECONTESTUALIZZATA DALLA CRISI CLIMATICA

Nei 26 post che parlano di decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni senza menzionare la crisi climatica sono **27 i soggetti** individuali o collettivi citati o intervistati.

SOGGETTI CITATI O INTERVISTATI

(Frequenza N)



SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

3

CONFRONTO FRA

TESTATE GIORNALISTICHE



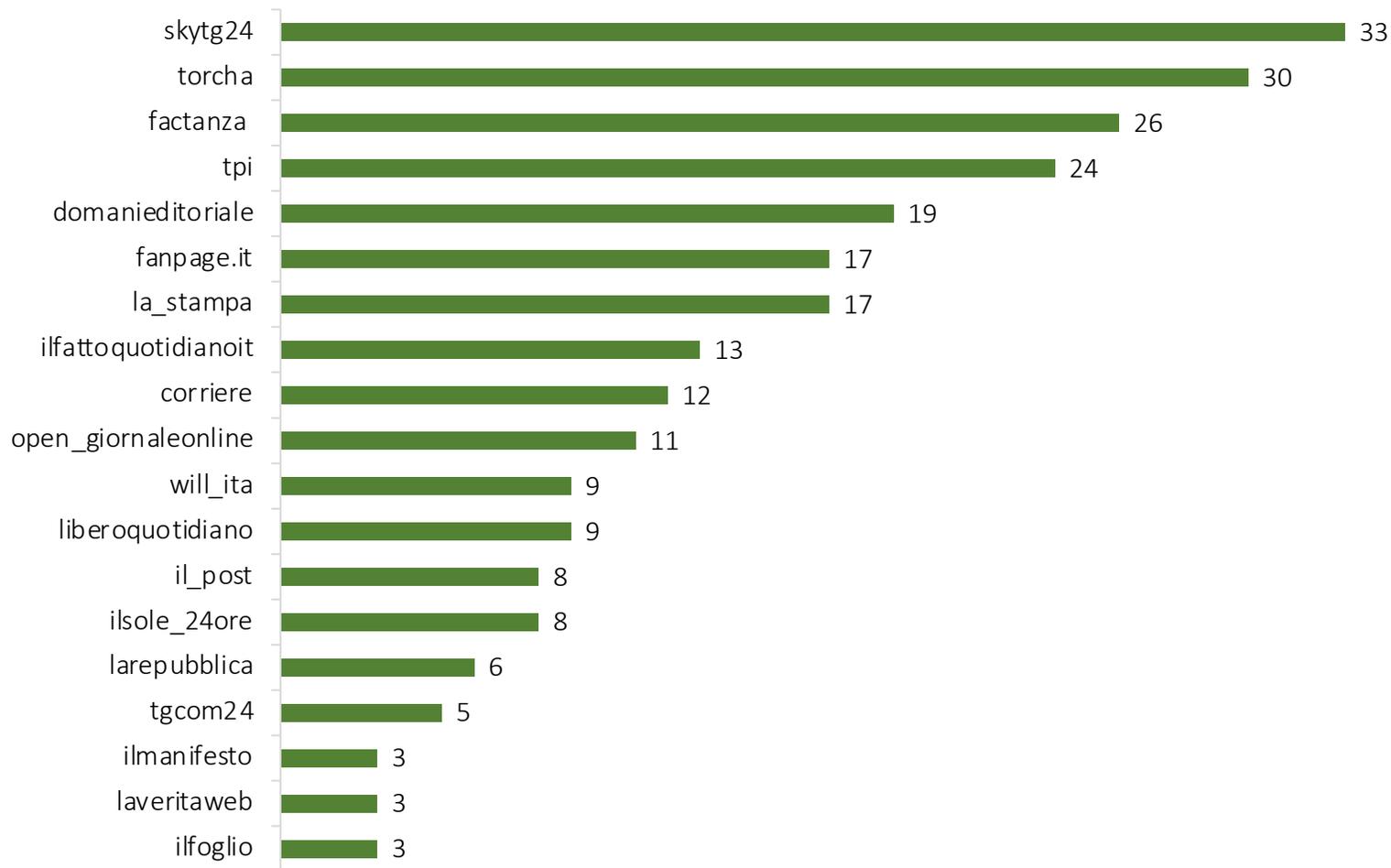
3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

In termini assoluti, l'account Instagram che ha pubblicato più post sulla crisi climatica nel periodo compreso dal 1° settembre al 31 dicembre è **skytg24**, seguito da **torcha**. **avvenire** non registra nessun post.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

POST SULLA CRISI CLIMATICA PER TESTATA GIORNALISTICA

(Frequenza N)



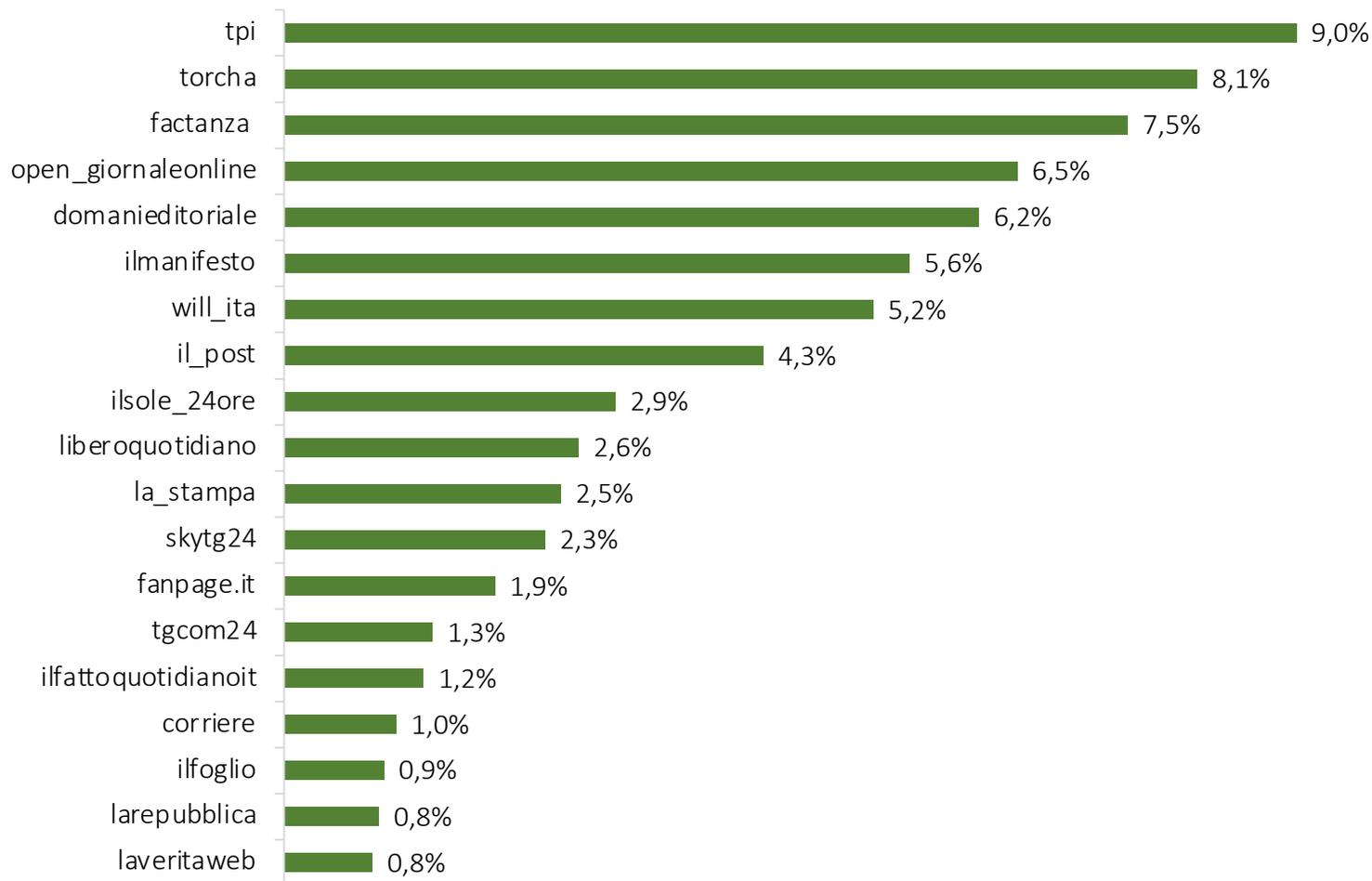
3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

Se consideriamo l'incidenza dei post dedicati alla crisi climatica sul totale dei post pubblicati nel 3° quadrimestre 2023, il *ranking* fra le testate giornalistiche cambia sensibilmente: **tpi è la testata che, in proporzione, si occupa di più della crisi climatica.**

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

INCIDENZA POST CRISI CLIMATICA SU TOTALE POST PUBBLICATI PER TESTATA GIORNALISTICA

(% post crisi climatica sul totale post pubblicati)



3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

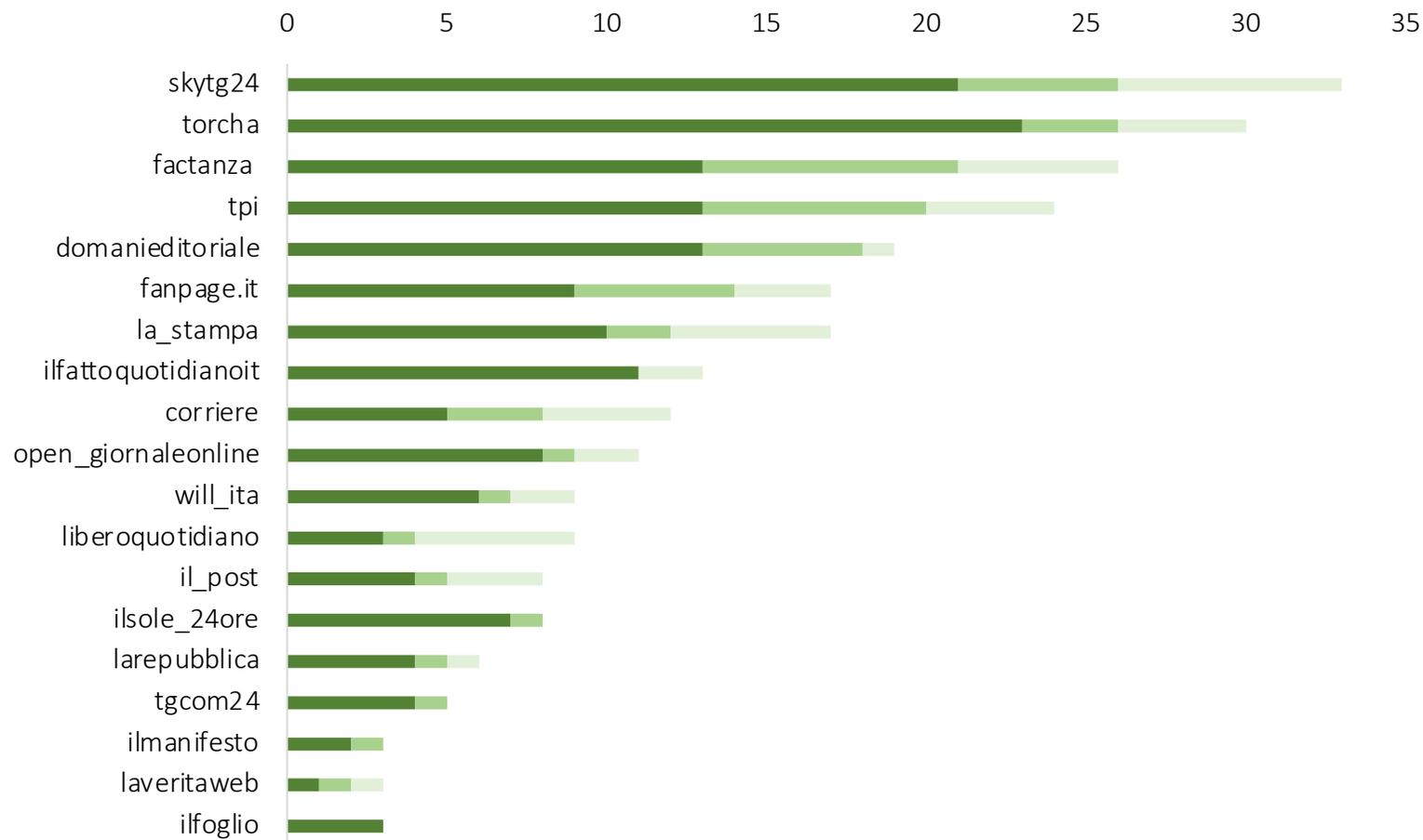
Mediamente, la **crisi climatica è centrale** nel **62,5%** dei post.

Superano questo dato medio, in ordine crescente: skytg24 (63,6%), domanieditoriale (68,4%), open_giornaleonline (72,7%), torcha (76,7%) e ilfattoquotidianoit (84,6%).

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

RILEVANZA DELLA CRISI CLIMATICA PER TESTATA GIORNALISTICA

(Frequenza N post)



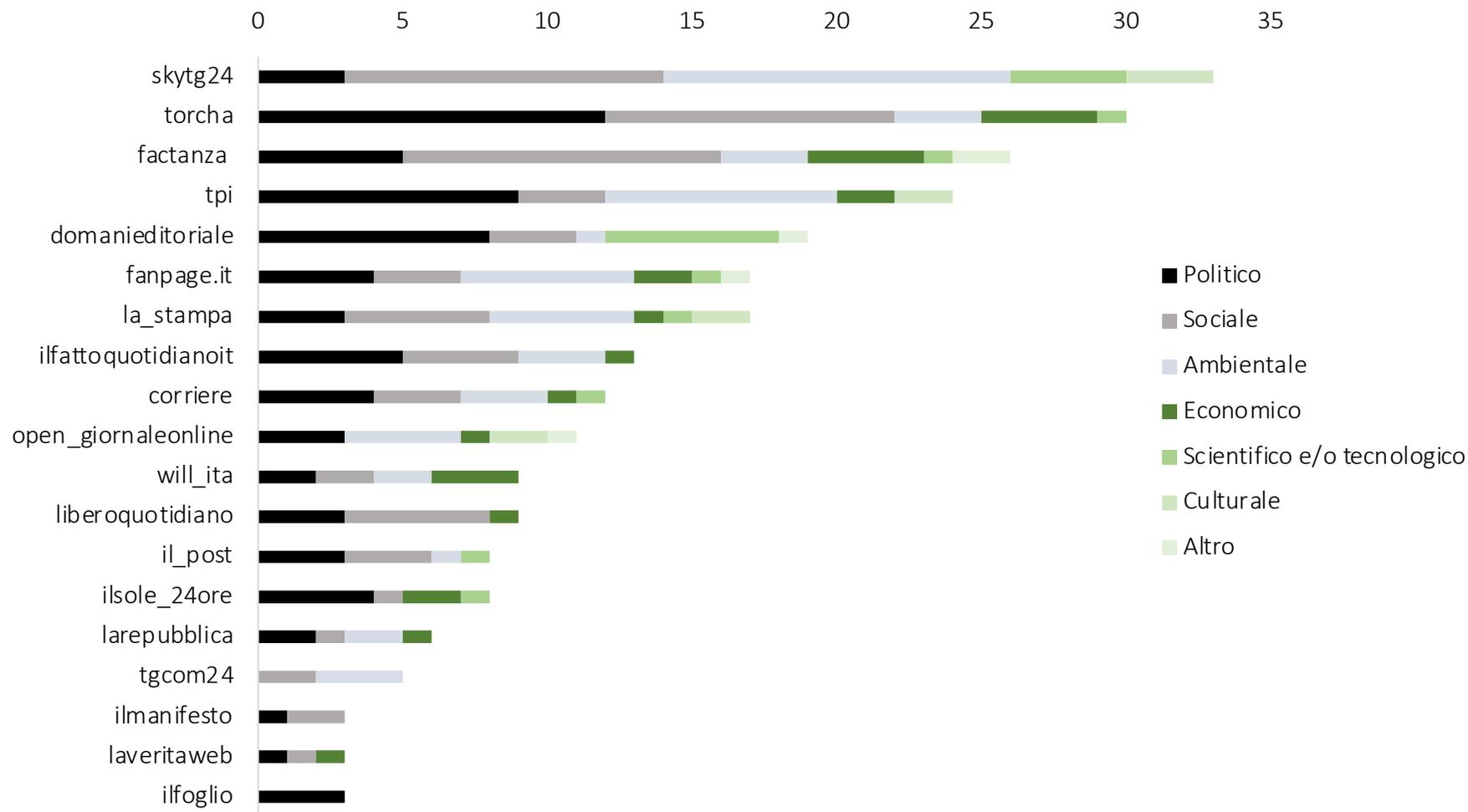
3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

Il **frame** più frequente a livello complessivo è quello **politico**, prevalente **in testate**, come torcha, tpi e domanieditoriale **che**, con un più elevato numero di post, **incidono maggiormente sul campione.**

Il **frame sociale**, secondo per frequenza nel *ranking* complessivo, è **presente in tutte le testate**, tranne ilfoglio.

FRAME PER TESTATA GIORNALISTICA

(Frequenza N post)



SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

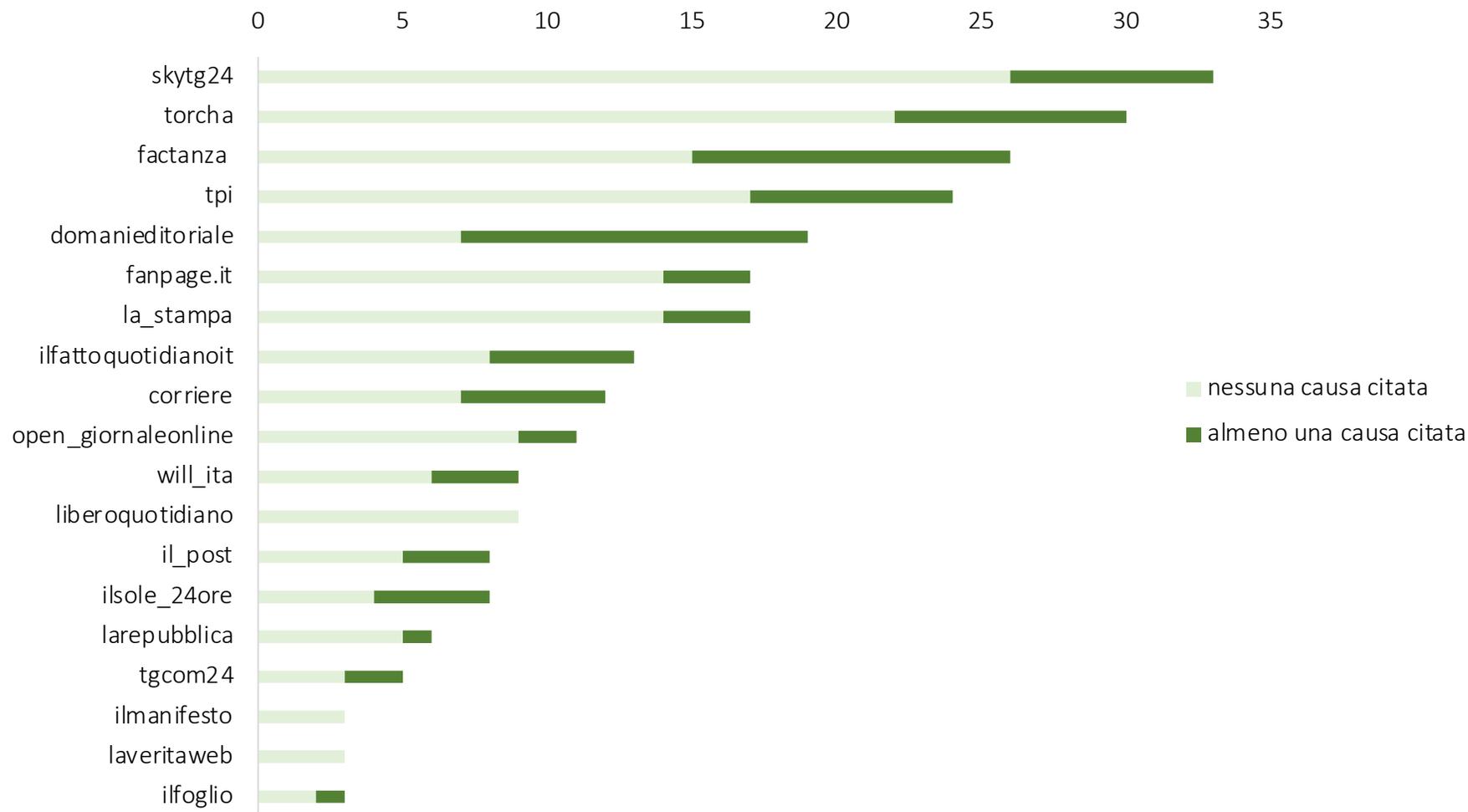
In generale, circa **1 post su 3 cita almeno una causa** della crisi climatica (30,1%).

Superano questa media, in ordine crescente: will_ita, ilfoglio, il_post, ilfattoquotidianoit, tgcom24, corriere, factanza, ilsole_24ore, domanieditoriale.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

POST CHE CITANO LE CAUSE DELLA CRISI CLIMATICA PER TESTATA

(Frequenza N)



3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

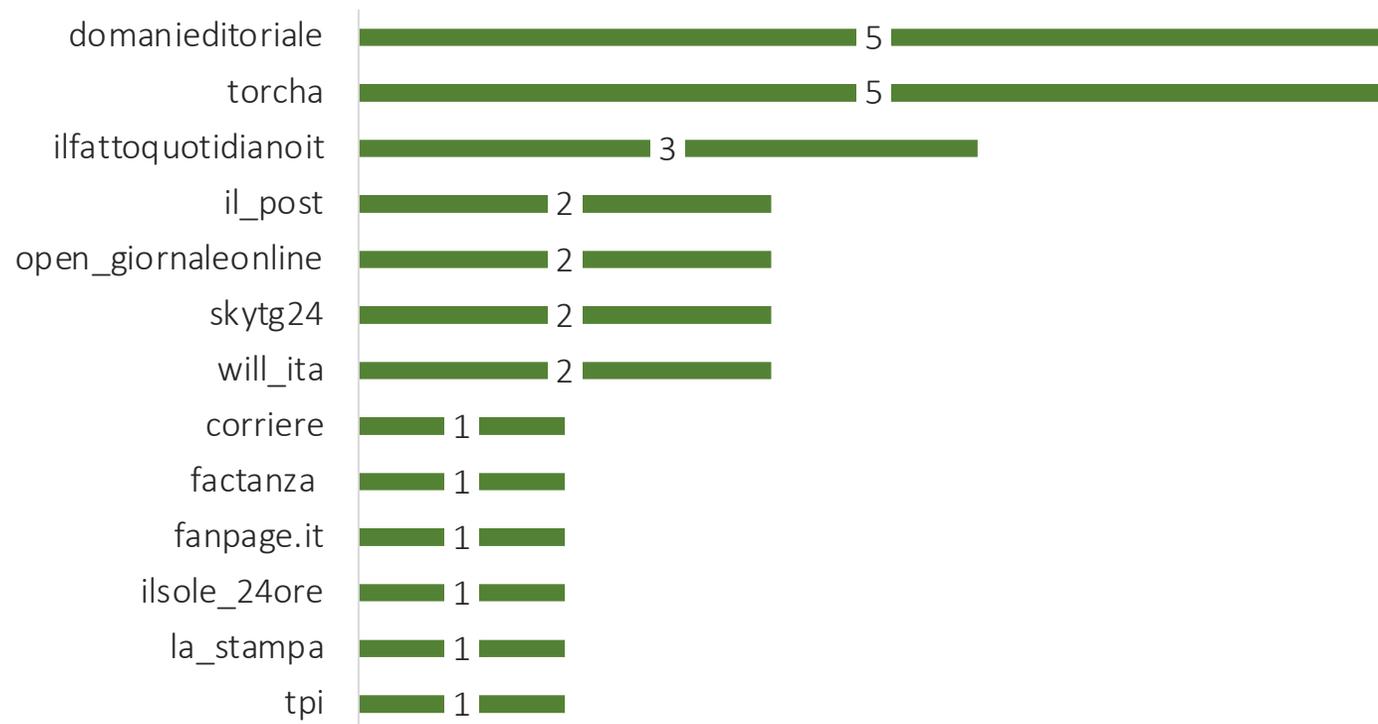
I combustibili fossili sono citati come causa della crisi climatica nel **10,5% dei post.**

Alcune **testate non citano mai i combustibili fossili come cause della crisi climatica:**
ilfoglio,
ilmanifesto,
larepubblica,
laveritàweb,
liberoquotidiano,
tgcom24.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

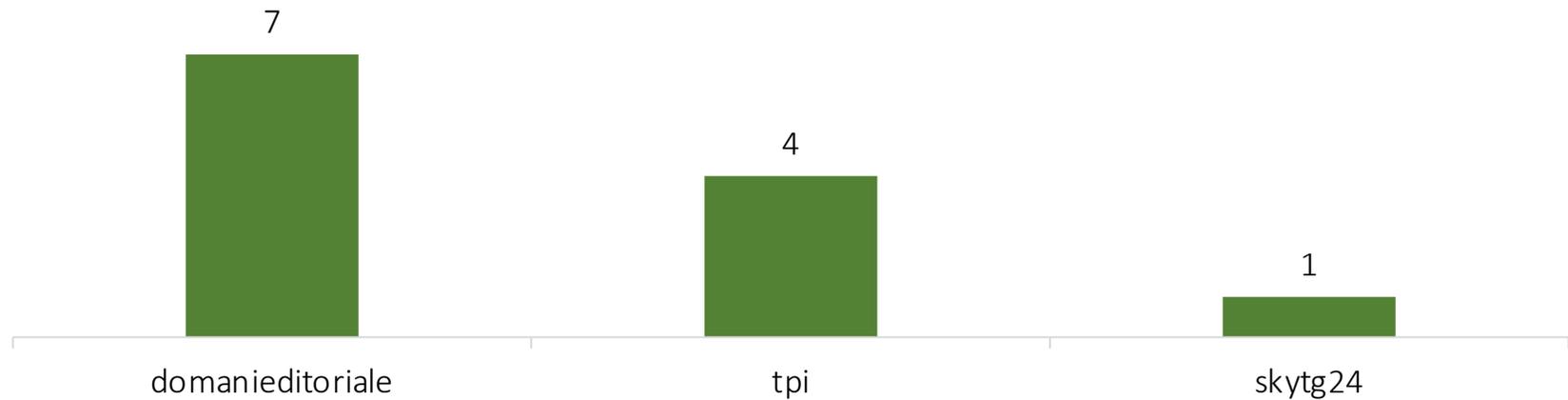
POST CHE CITANO I COMBUSTIBILI FOSSILI COME CAUSA DELLA CRISI CLIMATICA PER TESTATA

(Frequenza N)



3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

SOGGETTI INDICATI COME RESPONSABILI DELLA CRISI CLIMATICA PER TESTATA
(Frequenza N)



Le testate che indicano 1 o più soggetti responsabili della crisi climatica sono tre: domanieditoriale, skytg24, tpi.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

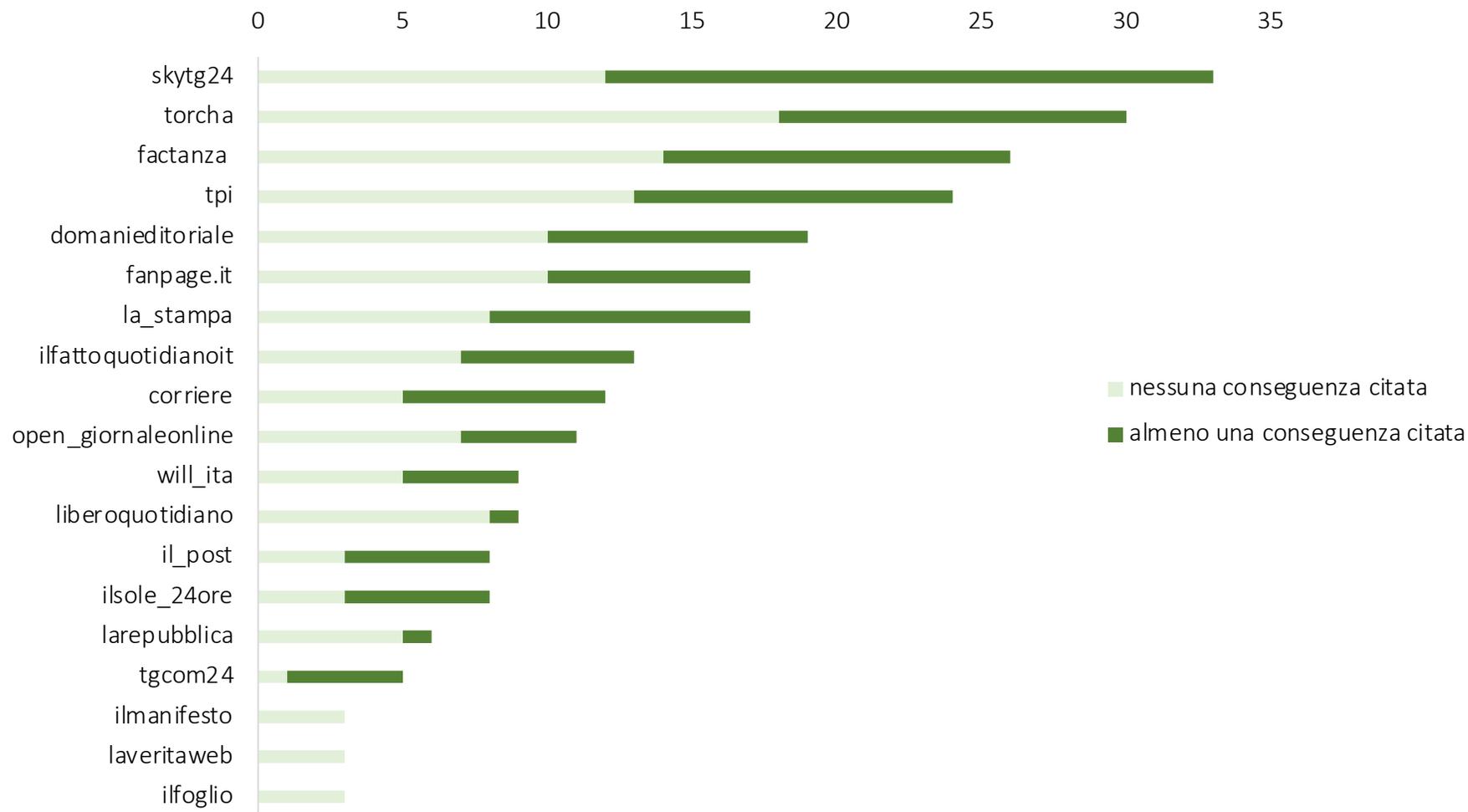
Nel complesso, il 46,1% dei post cita almeno una conseguenza della crisi.

Superano questa media, in ordine crescente:
factanza,
Ilfattoquotidianoit,
domanieditoriale,
la_stampa,
corriere,
il_post,
ilsole_24ore,
skytg24,
Tgcom24.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

POST CHE CITANO LE CONSEGUENZE DELLA CRISI CLIMATICA PER TESTATA

(Frequenza N)

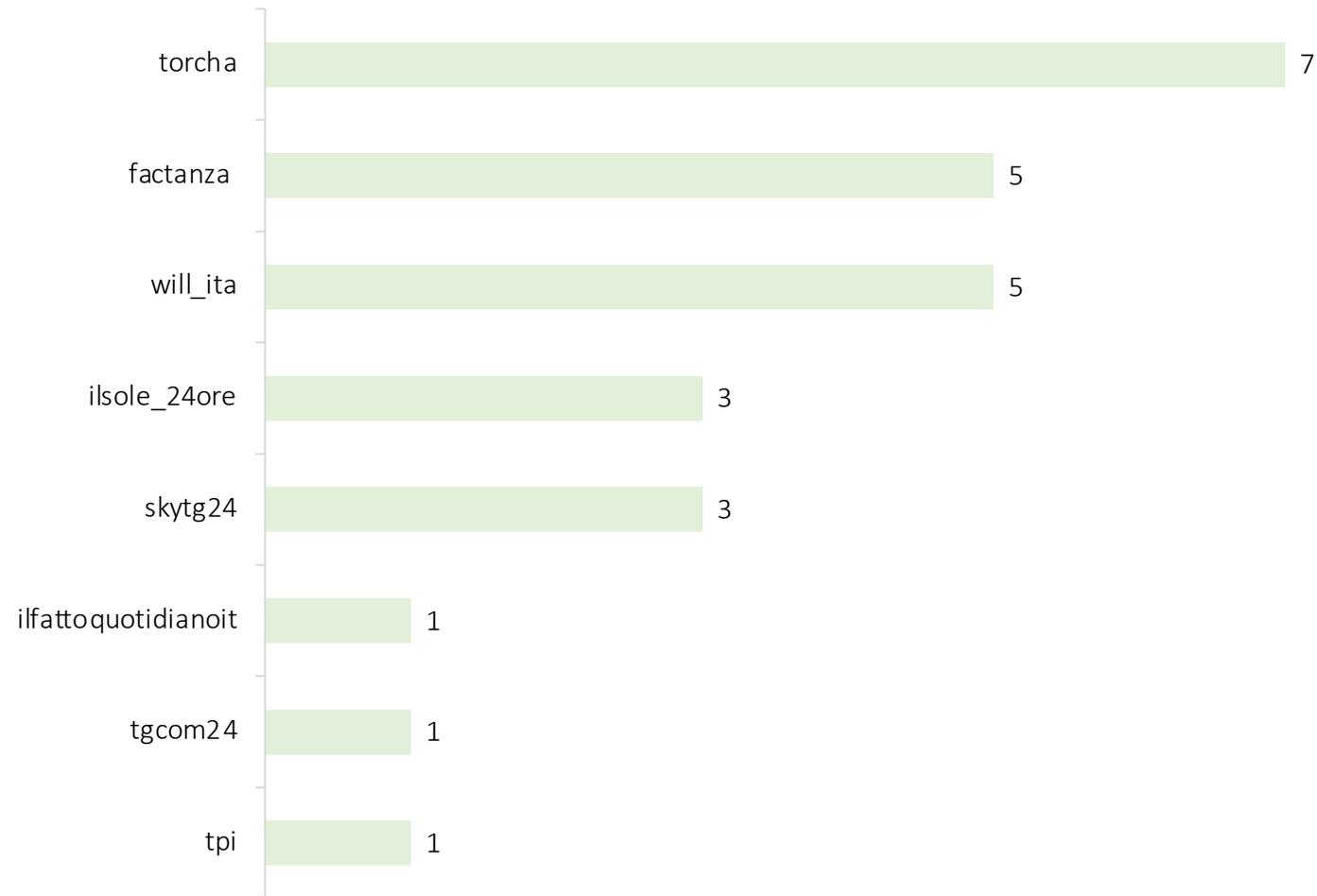


3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

torcha è la testata giornalistica che su Instagram dedica il maggior numero assoluto di post alla decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni senza menzionare la crisi climatica.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

POST SULLA DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE DELLE EMISSIONI CHE NON CITANO LA CRISI CLIMATICA PER TESTATA
(Frequenza N)



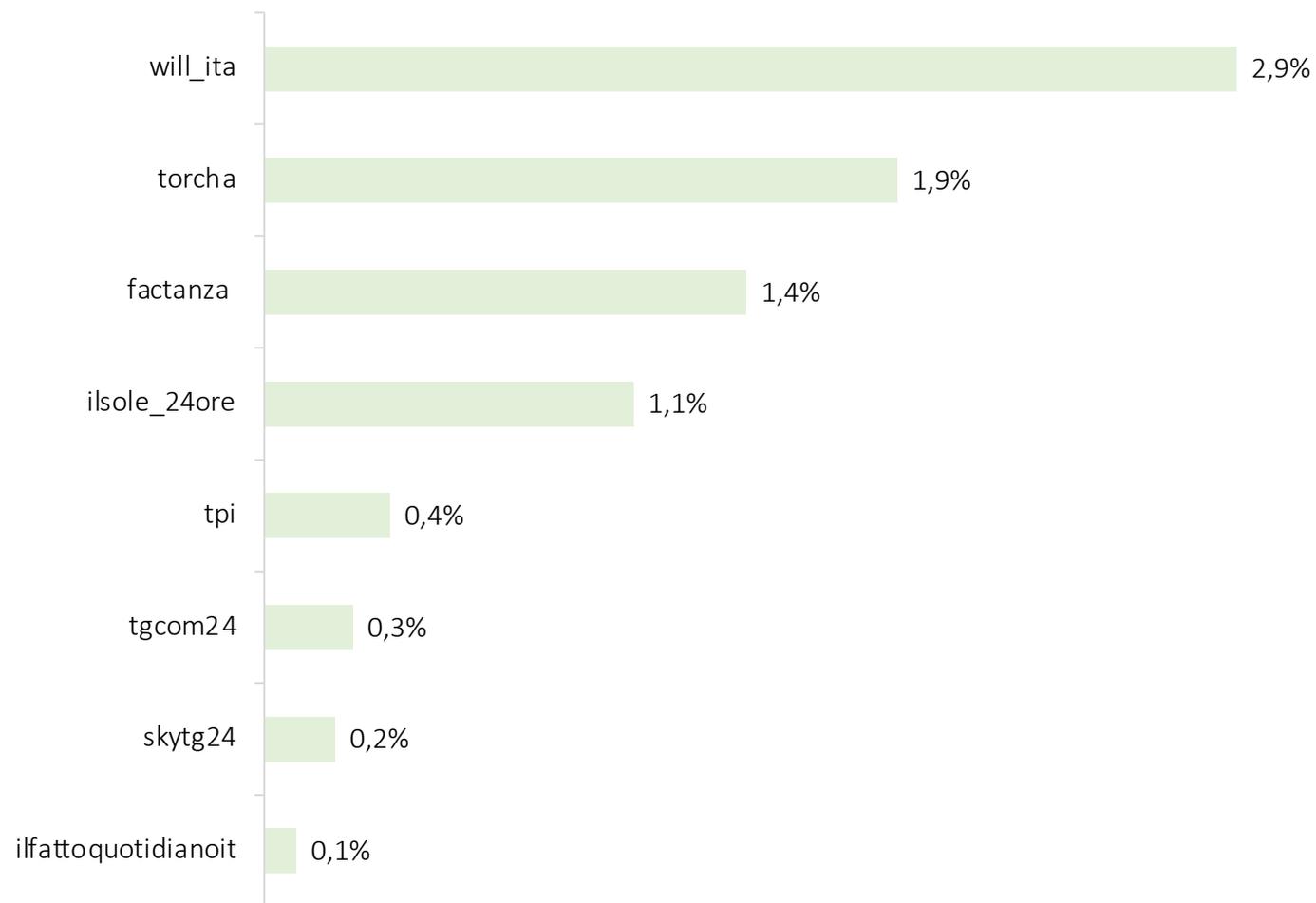
3. CONFRONTO FRA TESTATE GIORNALISTICHE

Ponderando i dati per il numero totale dei post pubblicati nel periodo analizzato, è will_ita la testata che, in proporzione, dedica più post alla decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni senza citare la crisi climatica.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

INCIDENZA POST DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE EMISSIONI CHE NON CITANO LA CRISI CLIMATICA SUL TOTALE POST PUBBLICATI PER TESTATA

(% post su decarbonizzazione e/o riduzione emissioni che non citano crisi climatica su totale post)



4

AZIONI PER IL CLIMA

E NARRATIVE DI

RESISTENZA



4. AZIONI PER IL CLIMA E NARRATIVE DI RESISTENZA

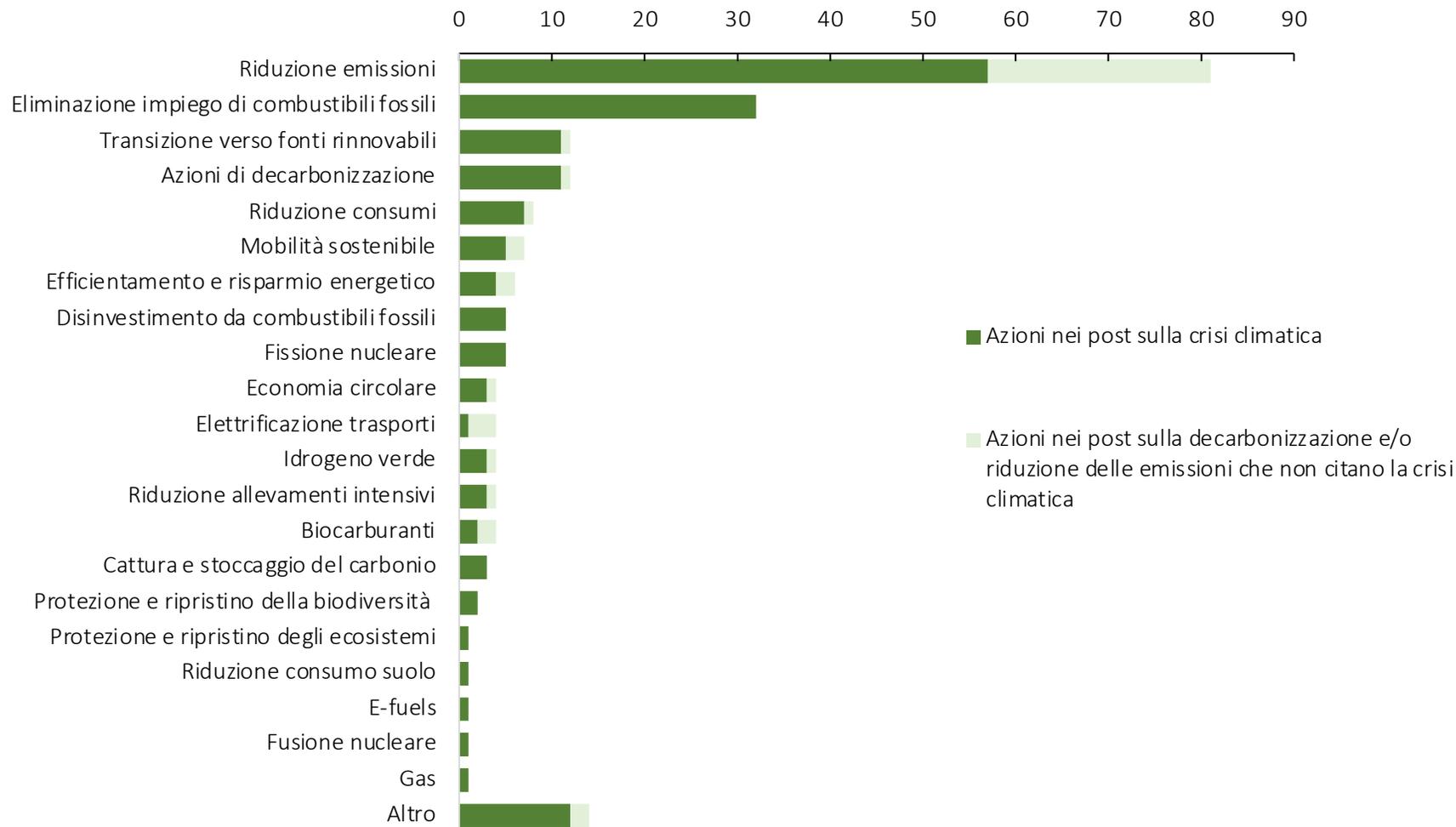
Nel complesso, sono **127 i post che citano almeno un'azione per il clima** (**45%** di Tot post N= 282).

La frequenza totale delle azioni citate è 212, di cui 171 nei post sulla crisi climatica e 41 nei post sulla decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni che non citano la crisi climatica.

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

AZIONI PER IL CLIMA NEL COVERAGE COMPLESSIVO

(Frequenza N)



4. AZIONI PER IL CLIMA E NARRATIVE DI RESISTENZA

Le azioni per il clima sono frequenti nel 39,5% dei post sulla crisi climatica e in tutti i post sulla decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni che non citano la crisi climatica.

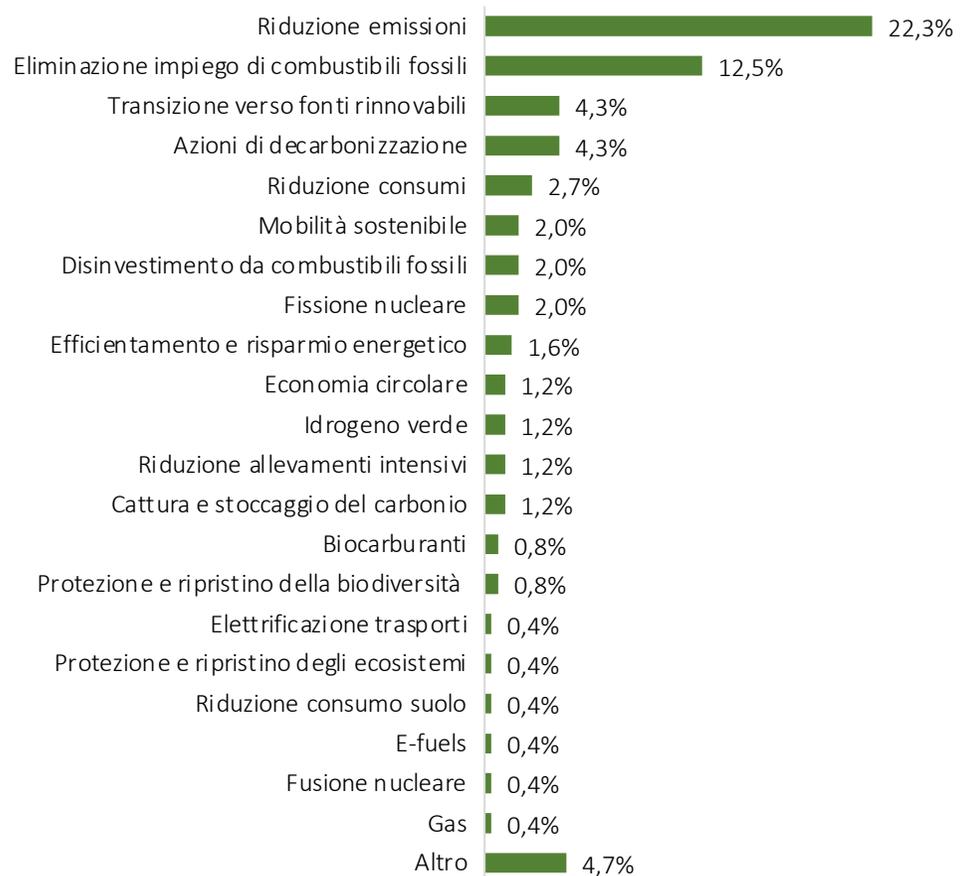
Fra le azioni ricorrenti sono presenti anche soluzioni ritenute false (es. il gas) o controverse dalla comunità scientifica (es. fusione nucleare).

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

AZIONI PER IL CLIMA

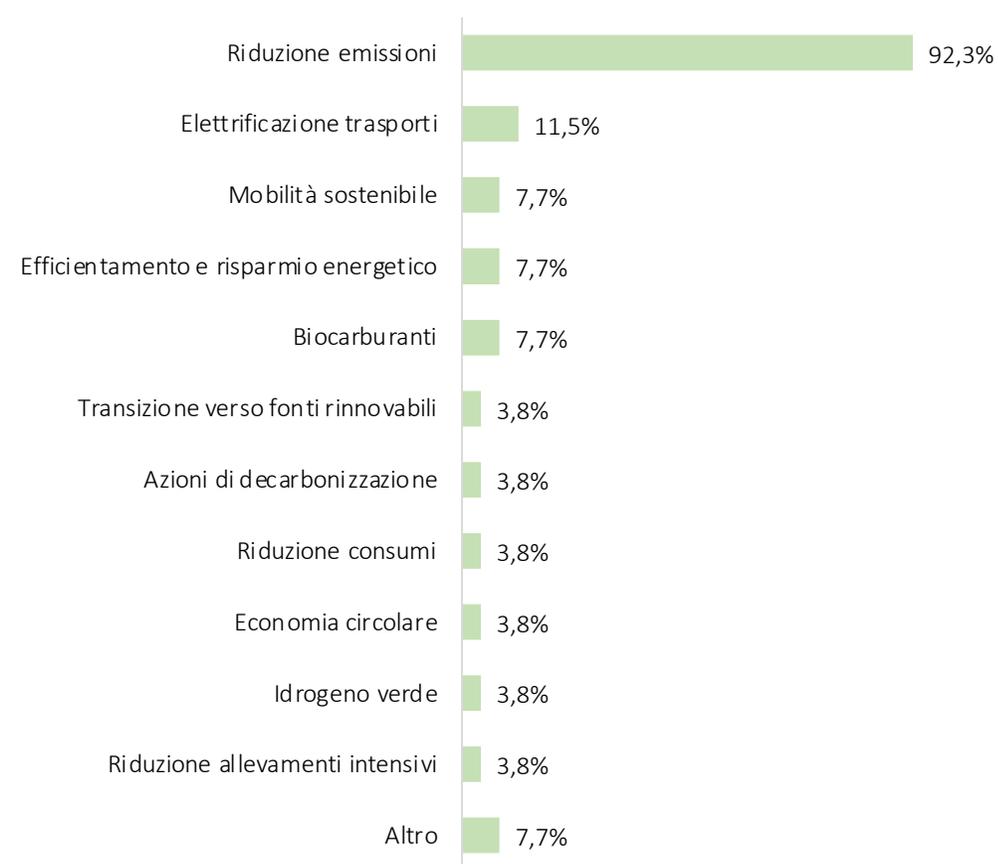
POST CHE CITANO LA CRISI CLIMATICA

(Incidenza % di ogni singola azione su Tot post N=256)



POST CHE NON CITANO LA CRISI CLIMATICA

(Incidenza % di ogni singola azione su Tot post N=26)



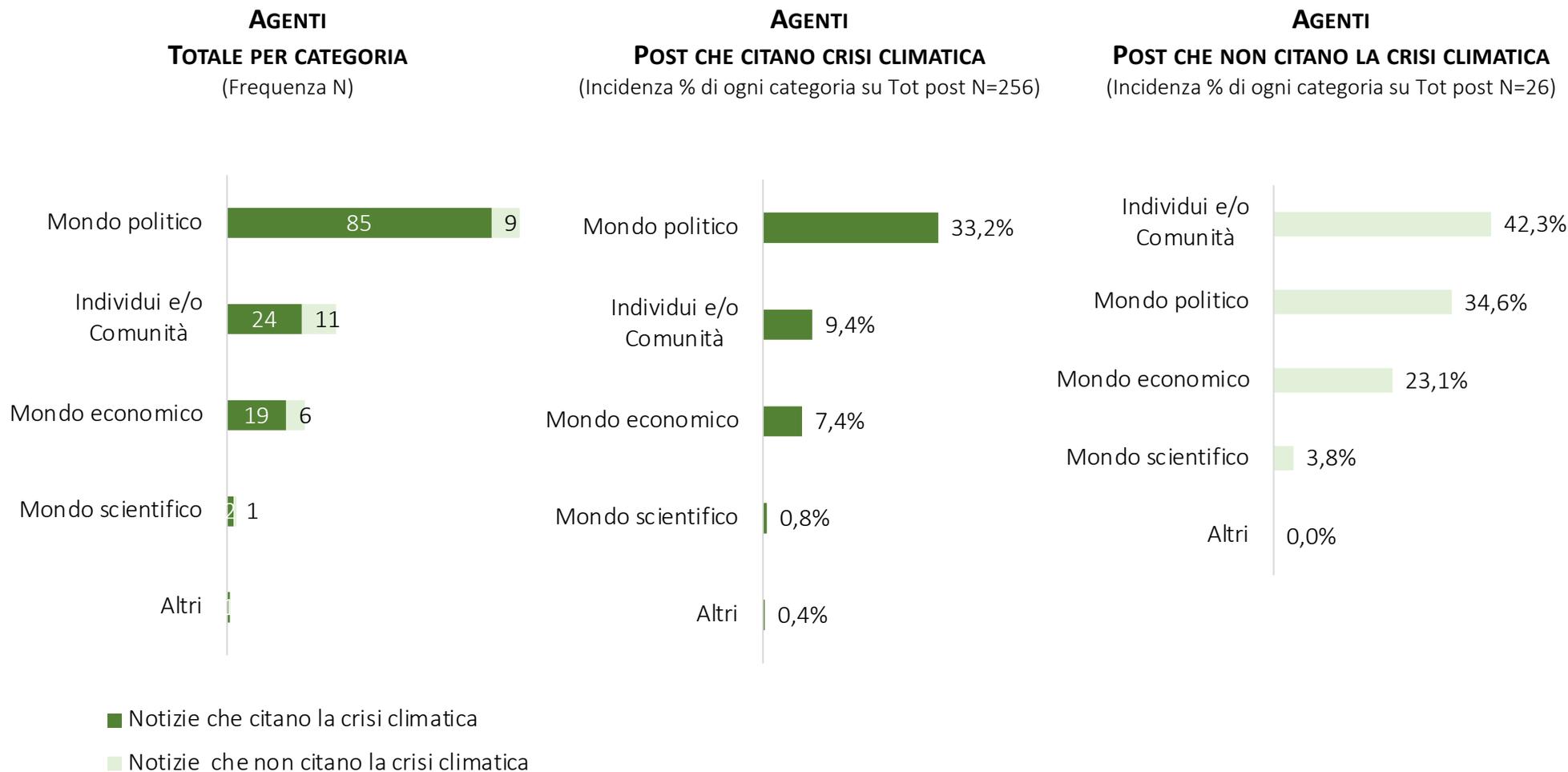
4. AZIONI PER IL CLIMA E NARRATIVE DI RESISTENZA

Il 47,9% dei 282 post analizzati menziona agenti per il clima, ovvero soggetti attivi nella proposta o messa in opera di azioni per il clima, oppure soggetti individuati come responsabili ideali di azioni di mitigazione.

In proporzione, gli agenti per il clima, effettivi o ideali, sono più frequenti nei post che non citano esplicitamente la crisi climatica (84,6%) rispetto agli articoli che la citano (41,1%).

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

AGENTI PER IL CLIMA



4. AZIONI PER IL CLIMA E NARRATIVE DI RESISTENZA

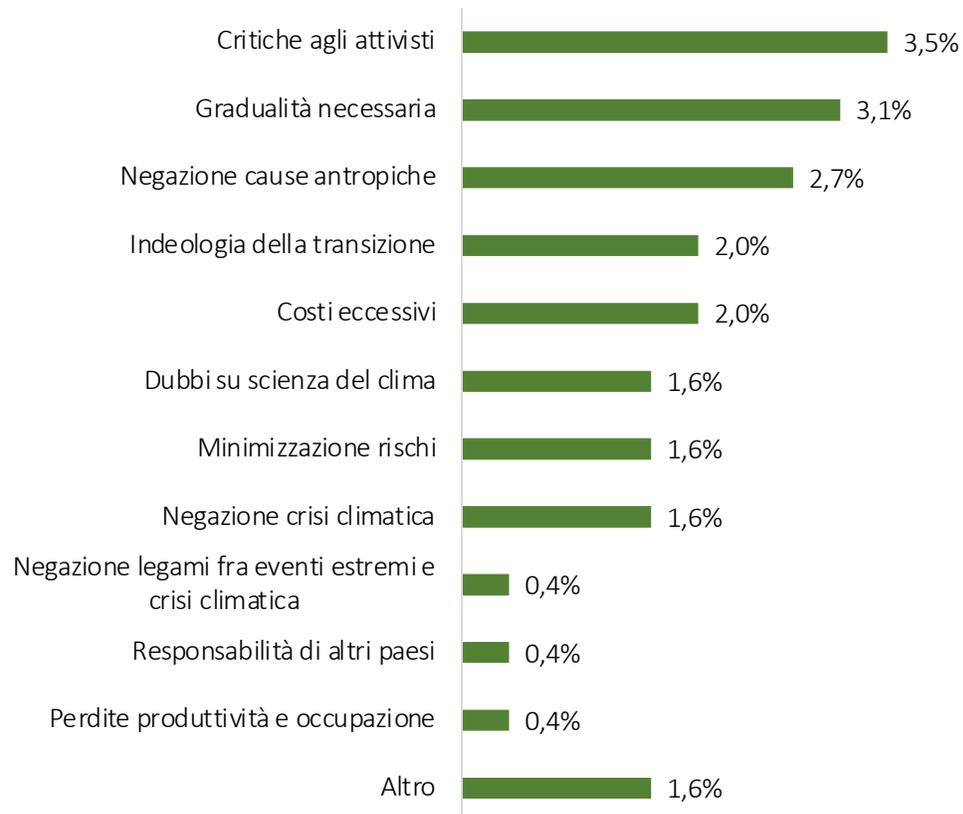
Il 14,9% dei 282 post analizzati veicola qualche narrativa di resistenza ad azioni di mitigazione del riscaldamento globale.

Queste narrative sono più presenti nei post che non menzionano la crisi climatica (15,4%) rispetto ai post che la menzionano (14,8%).

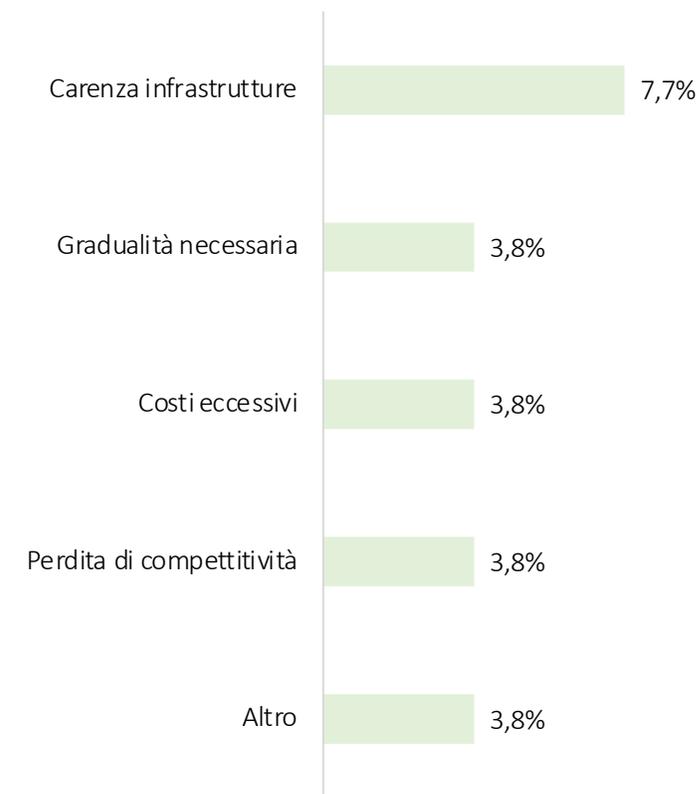
SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

NARRATIVE DI RESISTENZA ALLE AZIONI PER IL CLIMA

NARRATIVE
NOTIZIE CHE CITANO LA CRISI CLIMATICA
(Incidenza % di ogni categoria su Tot notizie N=256)



NARRATIVE
NOTIZIE CHE NON CITANO LA CRISI CLIMATICA
(Incidenza % di ogni categoria su Tot notizie N=26)



4. AZIONI PER IL CLIMA E NARRATIVE DI RESISTENZA

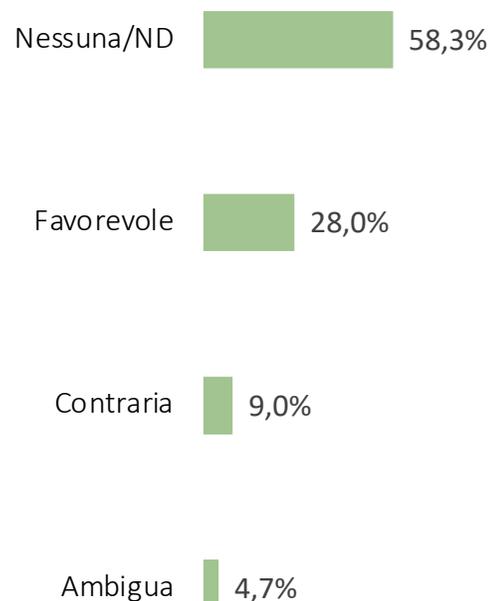
POSIZIONE DEI SOGGETTI RISPETTO ALLE AZIONI PER IL CLIMA

Il 58,3% dei 343 soggetti complessivamente rilevati non esprime una posizione su azioni di mitigazione della crisi climatica.

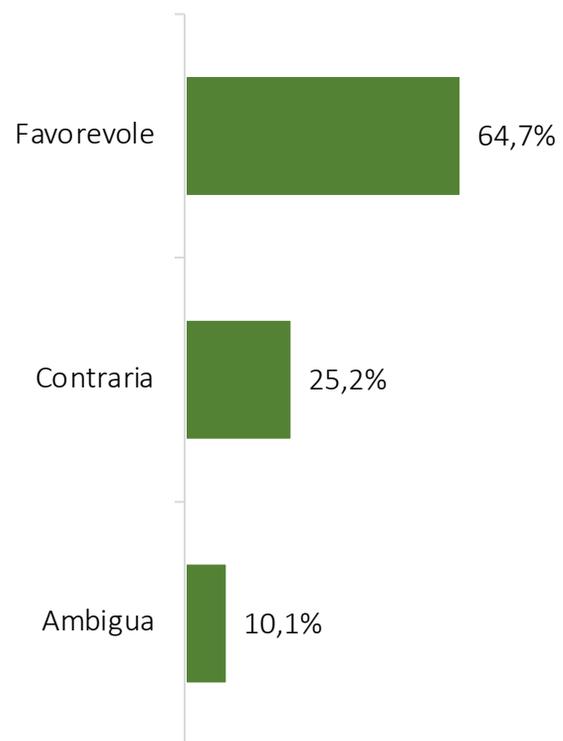
Fra i 143 soggetti che si posizionano in termini di giudizio o di impegno/disimpegno rispetto a specifiche azioni per il clima **prevalgono le posizioni a favore.**

SETTEMBRE-DICEMBRE
2023

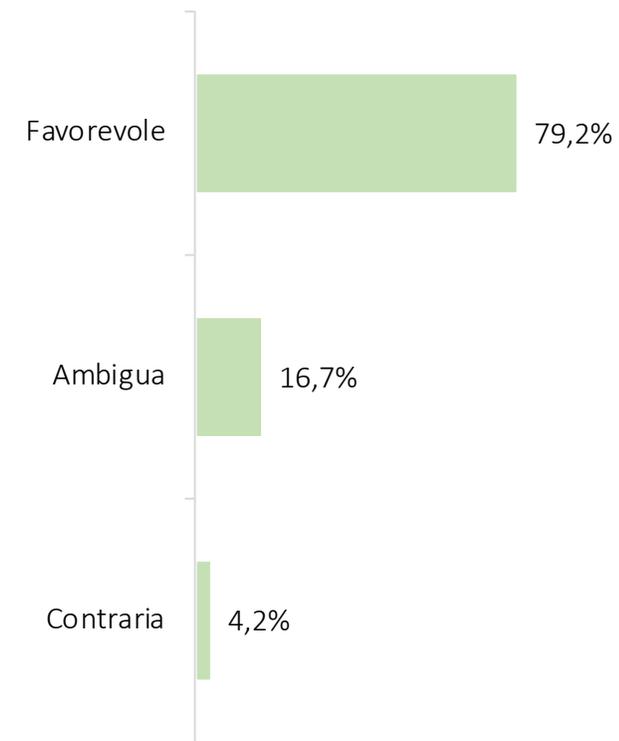
POSIZIONE TOTALE SOGGETTI
(Distribuzione % su Tot Soggetti N=578))



**POSIZIONE SOGGETTI
POST CHE CITANO LA CRISI CLIMATICA
AL NETTO DI POSIZIONI ND**
(Distribuzione % su Tot soggetti N=119; 100,0%)



**POSIZIONE SOGGETTI
POST CHE NON CITANO LA CRISI CLIMATICA
AL NETTO DI POSIZIONI ND**
(Distribuzione % su Tot soggetti N=24; 100,1%)



RISULTATI

5

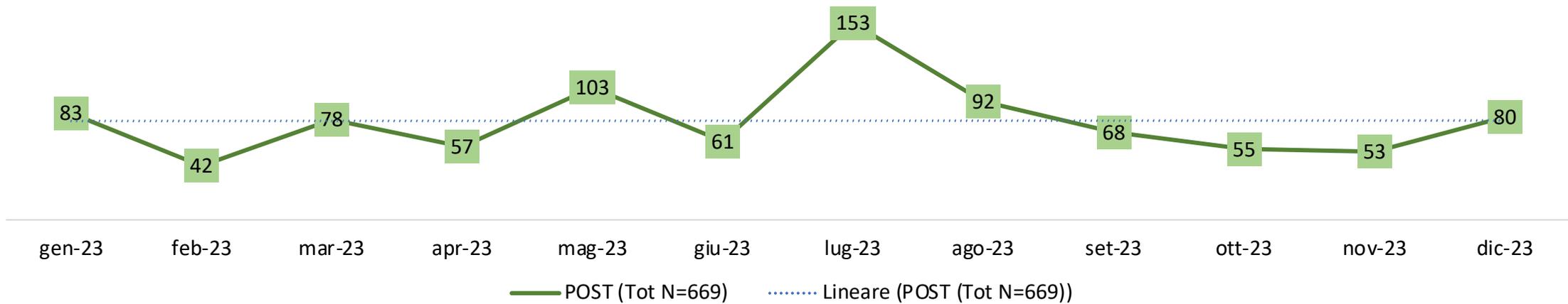
COVERAGE

GIORNALISTICO

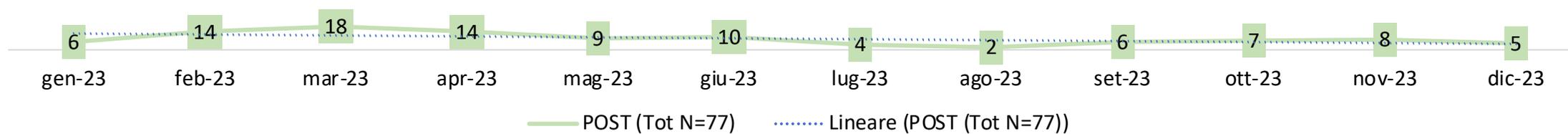
DAL 1° GENNAIO 2023



POST SULLA CRISI CLIMATICA PER MESE (Frequenza N)



POST SULLA DECARBONIZZAZIONE E/O RIDUZIONE DELLE EMISSIONI CHE NON CITANO LA CRISI CLIMATICA PER MESE (Frequenza N)



CONCLUSIONI - 1



Dal **1° settembre al 31 dicembre 2023** i 20 account Instagram campione hanno pubblicato **256 post sulla crisi climatica**, pari al 2,6% del totale, un **valore in diminuzione rispetto al 2° quadrimestre** (409 post, pari al 4,1% del totale).

Il **62,5%** di questi 256 post è **focalizzato sulla crisi climatica**, vs. il 66,7% del 2° quadrimestre, mentre il restante 37,5% si limita a citarla o trattarla marginalmente.

Le **notizie che trattano di decarbonizzazione e/o riduzione delle emissioni senza menzionare la crisi climatica** sono un **numero esiguo** (26), come nel 2° quadrimestre (25).

L'analisi dell'agenda evidenzia come l'informazione di Instagram di questo periodo si concentri prevalentemente sulla Cop28, che si è svolta dal 30 novembre al 13 dicembre a Dubai. Per il resto, Instagram dà ampio spazio, da un lato, alle azioni dei movimenti per il clima e, dall'altro, a dati e rapporti provenienti dal mondo scientifico. Anche l'alluvione che ha colpito alcuni paesi della Toscana e il caldo anomalo che ha caratterizzato l'autunno 2023 hanno avuto una copertura, sebbene non elevata come quella delle alluvioni in Emilia Romagna e del caldo estremo dell'estate, che hanno dominato l'agenda del quadrimestre precedente.

Gli eventi estremi continuano a essere un argomento presente, ma in misura sensibilmente inferiore rispetto al 2° quadrimestre (21,5% vs. 46,2%).

Gli argomenti più frequenti nel 3° quadrimestre sono le **politiche nazionali e internazionali (30,5%)** e gli **accordi per il clima (27%)**, su cui si è concentrato il confronto fra i diversi **stakeholder** riuniti a Dubai per Cop28.

Il **frame prevalente è quello politico (29,3%)**, insieme a quello **sociale (27,3%)**, mentre il **frame ambientale**, prevalente nel 2° quadrimestre (40,3%), cala sensibilmente (21,9%).

CONCLUSIONI - 2



I **sogetti**, individuali o collettivi, **più visibili** sono, da un lato, **le associazioni ambientaliste** (16,8%), dall'altro, **gli esperti di scienze e tecnologie** (16,8%).



La **percentuale di post che parla di cause della crisi climatica cresce**, passando dal 23,2% del 2° quadrimestre al 30,1%, **mentre i post che trattano le conseguenze calano significativamente**, passando dal 66% del 2° quadrimestre al 46,1%.



I **responsabili della crisi climatica continuano a essere un numero esiguo**, 12 (22 nel 2° quadrimestre), e comprendono, oltre alle compagnie oil&gas, anche *celebrities* che hanno fatto notizia nel periodo considerato per uno stile di vita ad elevata impronta carbonica.

Il **45% dei post** complessivamente analizzati (282) **menziona almeno un'azione per il clima**, un **dato significativamente in crescita rispetto al 2° quadrimestre** (27,9%).

Contestualmente, **diminuisce la frequenza di narrative di resistenza ad azioni di mitigazione**, passando dal 19,1% del 2° quadrimestre al 14,9%.



I **sogetti**, individuali o collettivi, **posizionati rispetto alle azioni per il clima crescono rispetto al 2° quadrimestre** (dal 20,6% al 41,7%), **e continuano a essere nella maggior parte dei casi (due su tre) favorevoli o presentati come impegnati** in progetti di transizione ecologica; in un caso su tre invece hanno una posizione ambigua o contraria. Le posizioni contrarie prevalgono nei post sulla crisi climatica, quelle ambigue nei post sulla decarbonizzazione che non citano la crisi climatica.



Per informazioni

GREENPEACE

ufficio.stampa.it@greenpeace.org



mmarchese@osservatorio.it

mazzalini@osservatorio.it

