

ANALISI SULLE ELEZIONI DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA ITALIANA NEL 2022

Progetto Social Media Analytics

Francesco Fustini - 830697

Francesca Motta - 830107



CONTESTO

Elezioni

Tra il 24 gennaio 2022 e il 29 gennaio 2022 si sono svolte le elezioni per il presidente della repubblica italiana concluse con la ri-elezione di Sergio Mattarella con il 75,2% dei voti

DOMANDE DI RICERCA

- **DOMANDA 1**

Come è rappresentato il panorama politico italiano su Twitter?

- **DOMANDA 2**

Quali sono i personaggi più influenti all'interno del panorama politico italiano su Twitter?

- **DOMANDA 3**

Qual è stato il sentimento generale esternato su Twitter nel periodo di elezioni?

- **DOMANDA 4**

Quali sono state le diverse reazioni nel panorama politico rispetto alle elezioni del Presidente della Repubblica?

SCRAPING DATI

Tramite l'API di Twitter sono stati scaricati 94944 tweet **dal 23 al 31 gennaio 2022** utilizzando la libreria di Python **Tweepy**



- Lista degli hashtags:
- #Quirinale2022
 - #Quirinale
 - #PdR
 - #PresidenzaDellaRepubblica
 - #PresidenteDellaRepubblica
-

PRE-PROCESSING

Dopo aver rimosso i tweet duplicati ed aver eseguita la tokenization, si è proceduto con la rimozione di:

- Tag HTML
 - URL
 - Punteggiatura
 - Stopwords
 - Parole con caratteri numerici
 - Menzioni
-

Social Network Analysis

Il grafo del network è stato costruito considerando le **menzioni** e i **retweet** grazie all'utilizzo del **software Gephi**



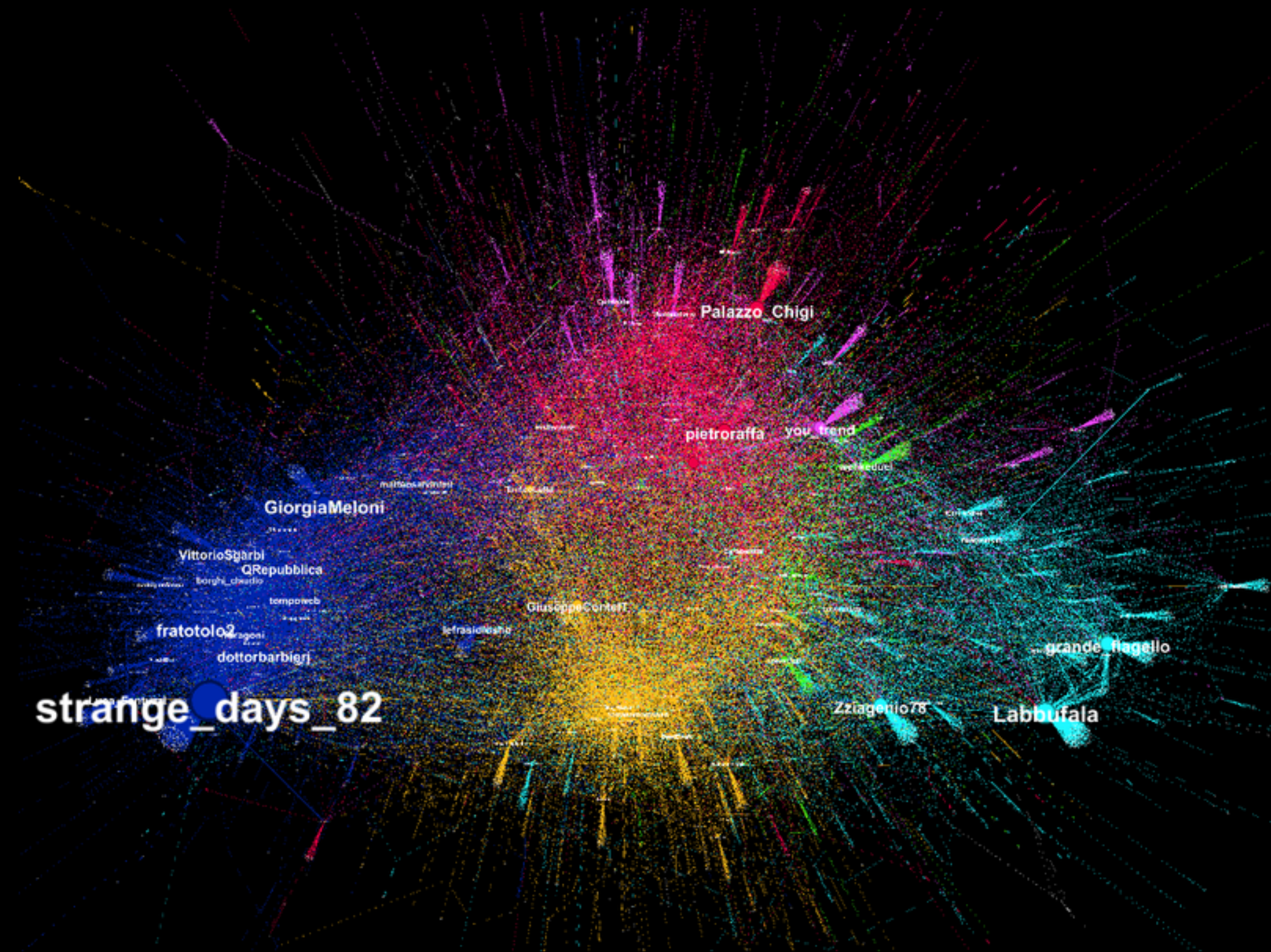
E' un grafo
direzionato

Avg. degree	1.789
Network diameter	28
Avg. clustering coefficient	0.012



il layout utilizzato
è stato *ForceAtlas 2*

Community Detection

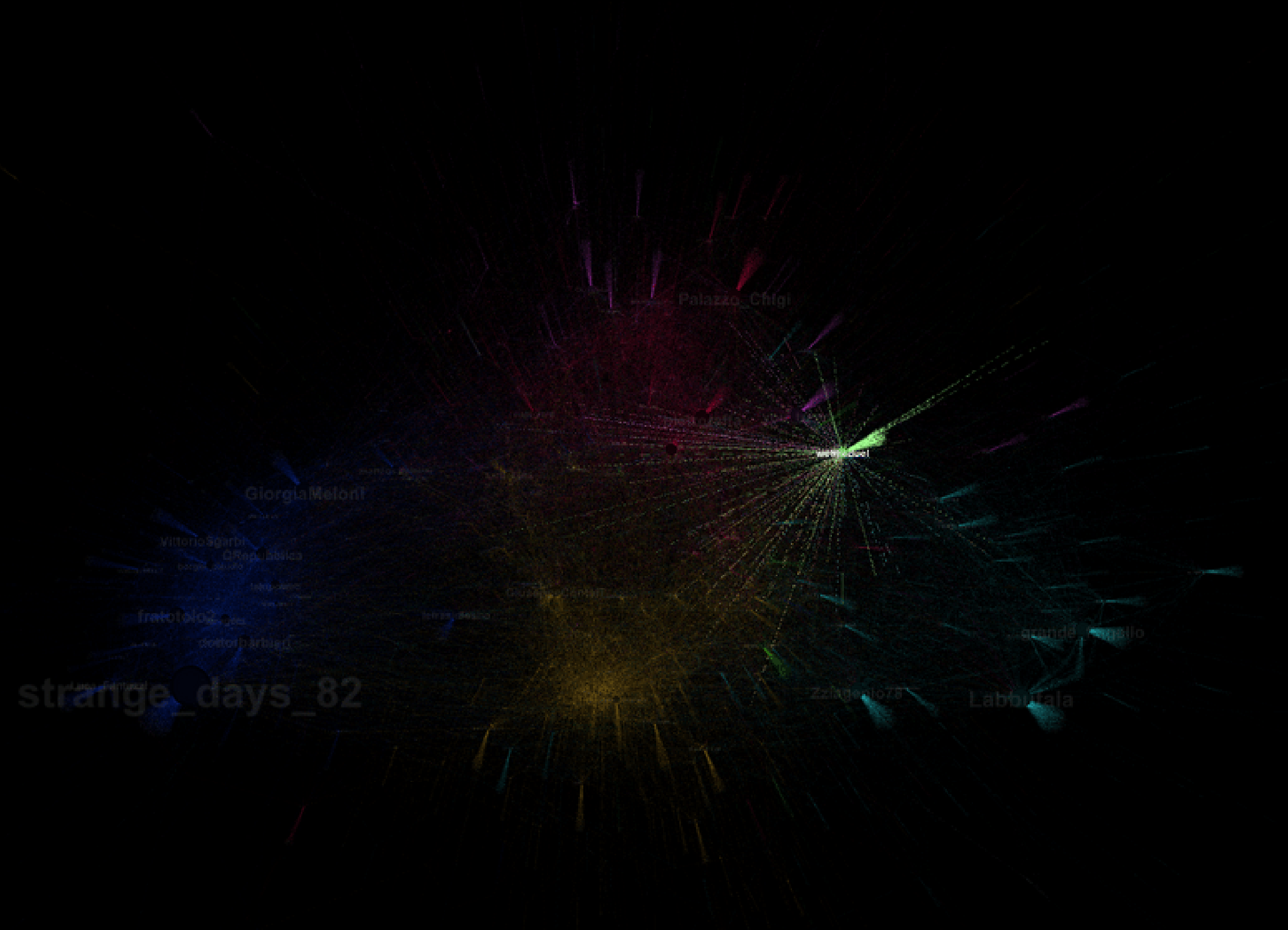


Algoritmo Louvain

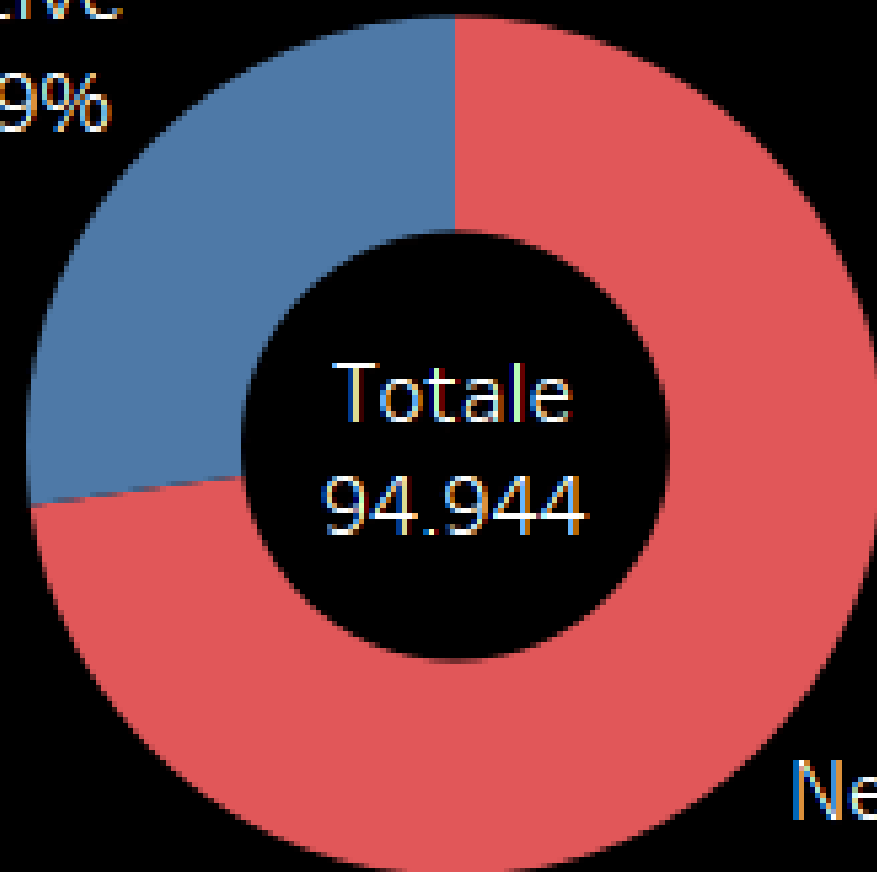
modularità: 0.638

n° gruppi: 736

Si noti il cluster verde...



Positive
27,19%

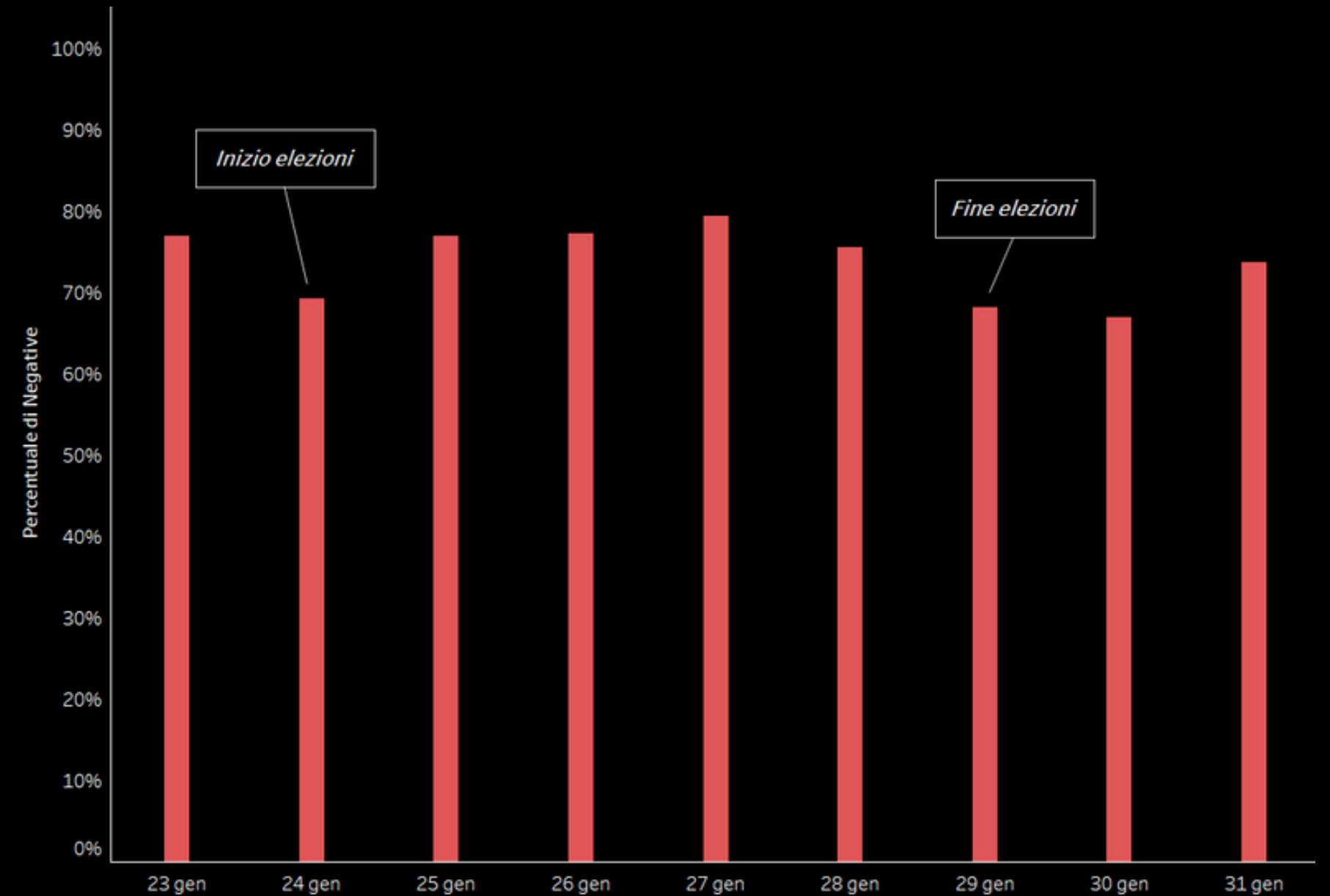


Totale
94.944

Negative
72,81%

Sentiment Analysis

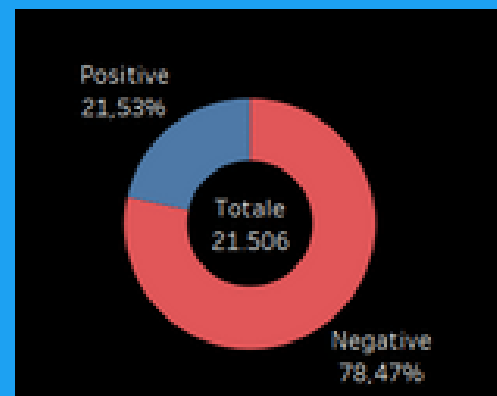
ANDAMENTO DEL SENTIMENT



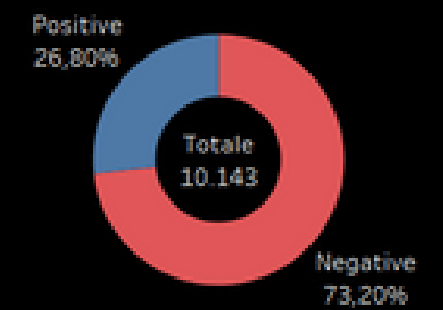
Percentuale del sentiment negativo
dei tweet nei diversi giorni

Analisi del sentiment differenziata per community

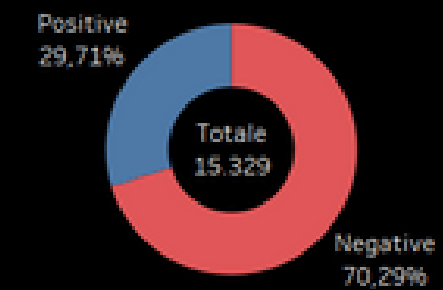
Community 1



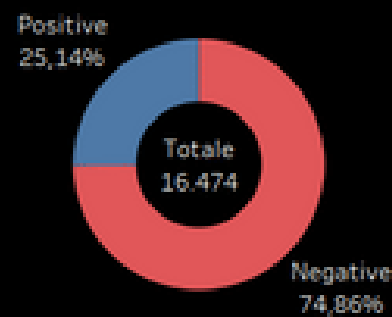
Community 2



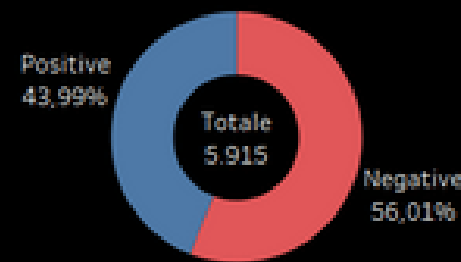
Community 3



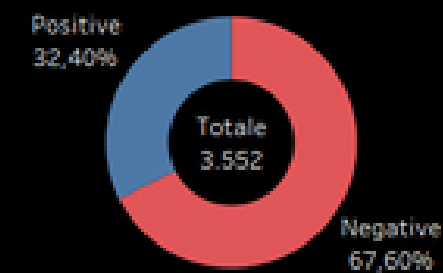
Community 4



Community 5



Community 6



CONCLUSIONI

- Un partito potrebbe migliorare la sua comunicazione online riferendosi agli influencer dei cluster a cui appartiene.
- Il sentiment dei tweet riguardanti le elezioni è prevalentemente negativo.



SVILUPPI FUTURI

- Community detection dell'intero panorama politico su Twitter



**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**

