



Corso in Social Media Marketing A/A 2017/2018

Luca Verzichelli

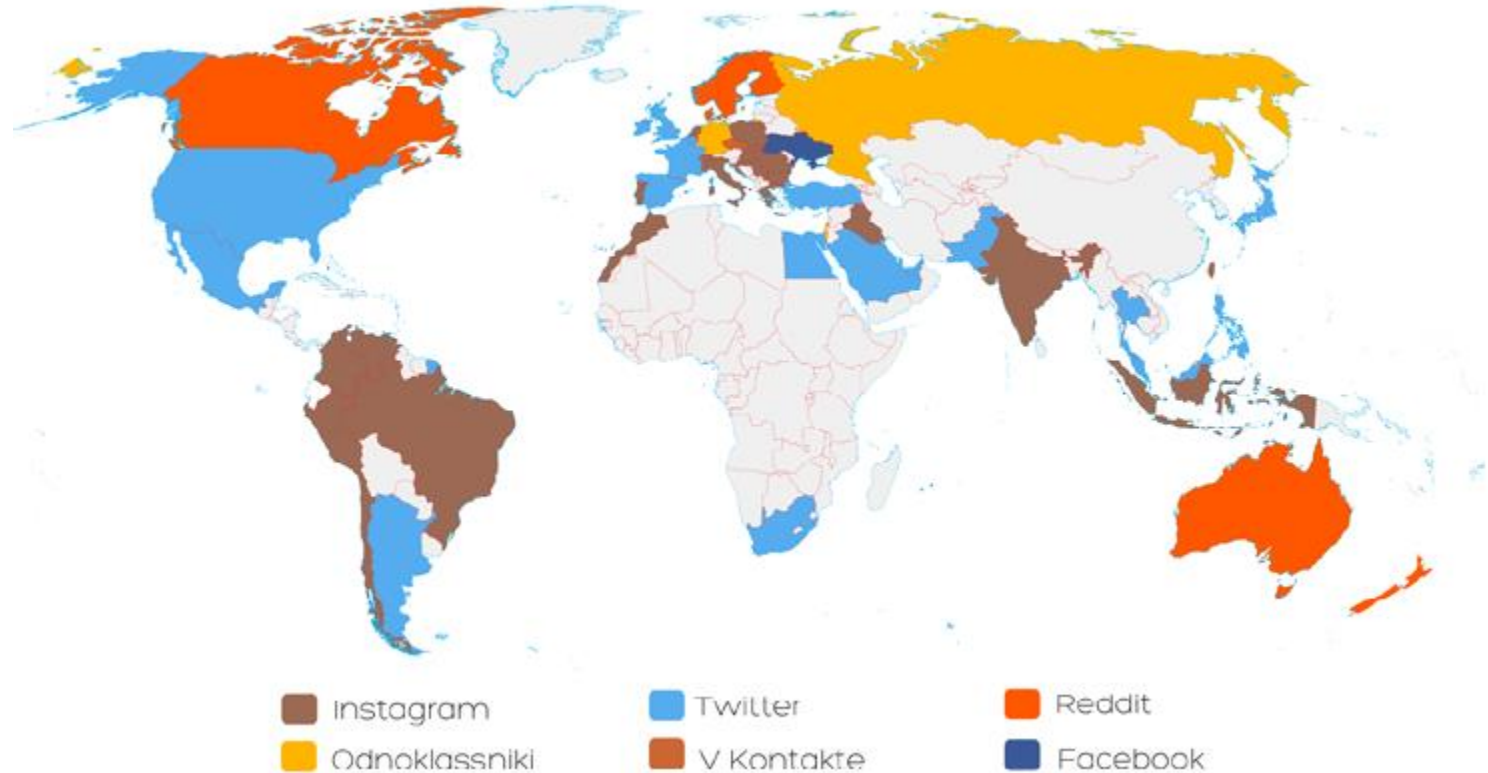
L'USO DEI SOCIAL MEDIA NELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA

1. Gli ambiti di utilizzo – Cosa sono i *Social Media* per i esperti di comunicazione?
2. La sentiment analysis
3. Social media e organizzazione sociale
4. Social media e comunicazione sociale
5. La dimensione professionale del social media influencer

Gli ambiti di utilizzo

- Social network society. Una generazione già socializzata dagli strumenti
- Risposta dei “non nativi”. Adattare il tuo articolo al web
- Uno strumento gratuito per i media: citizen Journalism
- Uno strumento di partecipazione ed organizzazione sociale. Participatory journalism

Social network: una nuova fonte di disuguaglianza



JAN 2018

DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2018

KEY STATISTICAL INDICATORS FOR THE WORLD'S INTERNET, MOBILE, AND SOCIAL MEDIA USERS



Facts and Figures

Global Digital 2018
(wearesocial.com)

Area	Internet Users (%)	Active social (%)	Mobile user (%)	Active mobile social users (%)
Africa	34	15	82	14
Americas	73	64	106	57
Asia-Pacific	48	42	102	41
Mid-East	65	52	128	46
Europe	80	53	131	45

Opinion mining

- Il web come lo specchio della società
- Dall'analisi del linguaggio alla scoperta dei legami identitari tra consumatori del web (clustering)
- Passaggio dalla parola al significato comune (stemming)
- Tecniche qualitative e quantitative

Argomenti studiati sui SN e previsioni

Area	Previsione/Stima	Fonte	Citazioni
Economia	Indici in borsa	Twitter; Google; Blog	Bollen <i>et al.</i> , 2011; Gilbert e Karahalios, 2010; Preis <i>et al.</i> , 2012; Zhang e Fuhres, 2011; Zhang <i>et al.</i> , 2012
	Volatilità dei mercati finanziari	Forum	Antweiler e Frank, 2004
	Indicatori macroeconomici	Google	McLaren e Shanbhogue, 2011
Epidemiologia	Diffusione influenza e altre malattie	Google; Twitter	Achrekar <i>et al.</i> , 2013; Cook <i>et al.</i> , 2011; Freifeld <i>et al.</i> , 2008; Ginsberg <i>et al.</i> , 2009; Lampos e Cristianini 2012; Signorini <i>et al.</i> , 2011; Valdivia <i>et al.</i> , 2010;
	Probabilità di malattie e decessi	Wikipedia e varie	Radinsky e Horvitz, 2012
Marketing	Acquisto/consumo di prodotti	Blog; Google	Gruhl <i>et al.</i> , 2005; Liviu, 2011; McLaren e Shanbhogue, 2011
	Incassi al box office	Twitter	Asur e Huberman, 2011
Politica	Risultati elettorali	Twitter (principalmente); Facebook	Si veda Cap. 4
	Popolarità dei politici	Twitter	Si veda Cap. 4
	Rivolte	Google; Wikipedia e varie, Twitter	Kalev, 2011; Koehler- Derrick e Goldstein, 2011; Radinsky e Horvitz, 2012
Psicologia	Umore e stati d'animo	Twitter	Lansdall- Welfare, 2012
	Felicità	Twitter	Si veda Cap. 3
Sismologia	Individuazione di terremoti	Twitter	Sakaki <i>et al.</i> , 2013
Società	Vincitori di concorsi televisivi	Twitter	Ciulla <i>et al.</i> , 2012
	Auditel	Twitter	–
	Risultati sportivi	Twitter	UzZaman <i>et al.</i> , 2012
	Vincitori Oscar	Varie	Bohas <i>et al.</i> , 2010; Liviu, 2011

Nowcasting o forecasting?

Una prima ondata di studi previsionali soprattutto orientata al sentimento del mercato finanziario

Allargamento allo studio della «felicità» at large

TV contest shows. Il SN sostituisce la «giuria popolare»

Il mercato infinito. L'uso dei SN nell'allineamento dei consumatori

Catalogazione tecniche di classificazione dei testi

Tecnica di classificazione dei testi			
		unsupervised	supervised
Tecnica di stima della distribuzione delle opinioni	individuale	Analisi individuale unita a dizionari ontologici	Analisi individuale unita a codifica manuale senza a priori
	aggregata	Analisi aggregata unita a dizionari ontologici	Analisi aggregata unita a codifica manuale senza a priori

Evoluzione della tecnica di Sentiment analysis

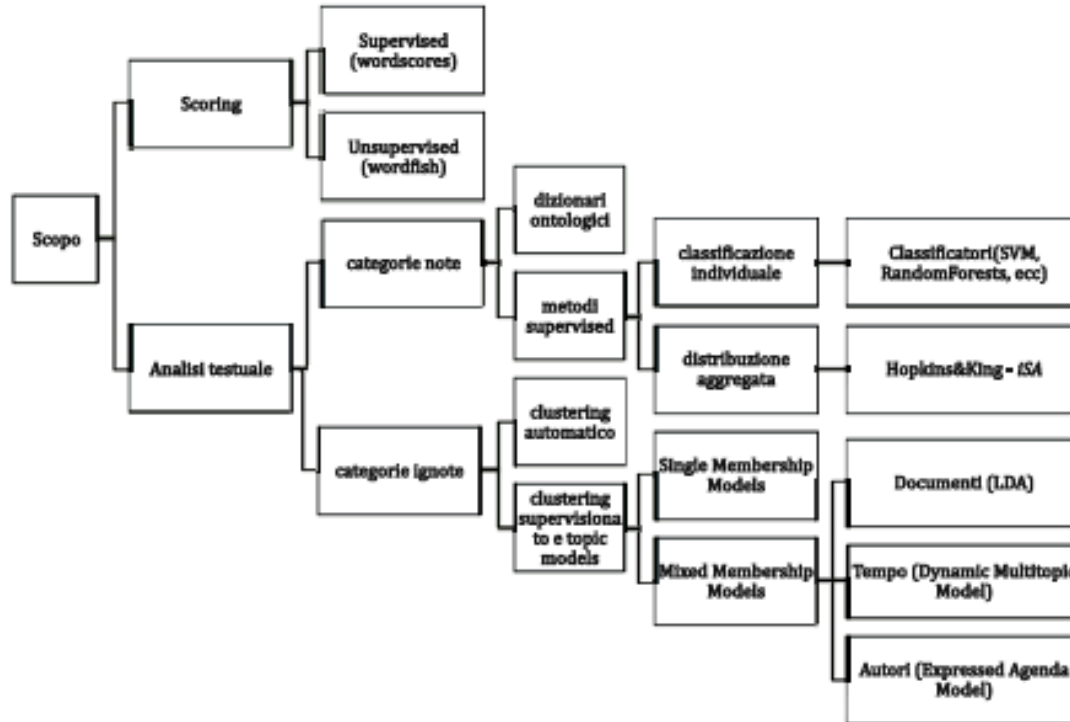


Fig. 2.1 Esigenze e soluzioni nel campo dell'analisi testuale

SN e comunicazione sociale. Il no profit

Una **strategia di comunicazione per il terzo settore** a costi contenuti (es. facebook).

Dal comunicato al “post”. Passaggio spesso non considerato → *facciamolo fare al più giovane che usa i social.*

Tuttavia, il 98% delle **associazioni no profit** ha una pagina social come principale canale. Nel 70% dei casi vi è un ufficio comunicazione. Tuttavia non vi è sempre un SMM.

In alcuni casi la community viene formata (es. Croce Rossa).

Compaiono corsi e aggiornamenti focalizzati su una chiave specifica: **comunicazione sociale per il no profit**



SN e no profit. Nuove opportunità

- Scarsa disponibilità di risorse pubbliche ma ..
- ..nuovi attori impegnati nella formazione di personale ad alta professionalizzazione attraverso i SN
- Theory of change, ITC for development, Open data benefit: le nuove parole chiave della cooperazione internazionale
- Un esempio di obiettivo inseguito attraverso l'uso sistematico del SN: i programmi di foodsharing
- Un esempio di impegno diretto da parte della cooperazione internazionale nella formazione all'uso professionale dei SN:
<http://www.ong2zero.org>

Giornalismo e social network



Diffusione dei SN nel professionismo mediatico

- I SN come nicchia evolutiva
- Dettare l'agenda o rispondere ai poteri politici/sociali?
- Pinocchio o Lucignolo? Dal fake al fact checking attraverso i SN
- Infotainment e SN: l'uso dell'ironia.

Programma di letture

- Ceron, A., L. Curini, S. Iacus: *Social Media e Sentiment Analysis*, Springer 2014 (cap. 1).
- Marrazzo, F. Dai sondaggi alla sentiment analysis: le previsioni politico elettorali nel racconto dei mass media, in «Mediascapes journal», 3/2014
- Bentivegna, S., *A colpi di tweet. La politica in prima persona*, Bologna, il Mulino, 2015 (Cap. 5)