

DIPARTIMENTO FILOSOFIA,
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO

Corso di laurea in Scienze della Comunicazione

- Laboratorio di Social Media Management -
Anno accademico 2019-2020

Docente: Prof. [REDACTED]

**Elaborato
di pratica
sperimentale**

Studente:

[REDACTED]
(matr. [REDACTED])

[REDACTED]

Introduzione

Questo elaborato descrive ed integra un'attività svolta su di un social (Facebook) con l'obiettivo di analizzare il comportamento dei frequentatori in presenza di particolari fenomeni sociali.

Oggi i social media rappresentano piattaforme vitali per la comunicazione e l'interazione tra individui, aziende e comunità. Tuttavia, l'ampia diffusione e l'uso intensivo di questi strumenti hanno prodotto anche la nascita di nuovi tipi di conflitti, che richiedono attente strategie di gestione. Poiché l'attività di social media management non si limita alla semplice pubblicazione di contenuti ma include anche l'osservazione, la gestione e, ove necessario, la sedazione/estinzione dei conflitti che possono emergervi, ne deriva che tale attività debba essere svolta con estrema attenzione e puntualità, accompagnate da competenze specifiche.

In altri termini, occorre monitorare costantemente le conversazioni e le interazioni per identificare eventuali tensioni o altre problematiche legate alle relazioni sociali. Questo processo deve permettere al social media manager e/o ai suoi collaboratori di intervenire tempestivamente, prevenendo l'escalation dei conflitti e mantenendo il più possibile un ambiente online positivo e costruttivo, specie laddove tale ambiente appartenga a realtà commerciali.

In alcuni casi, sebbene l'operazione possa sembrare controintuitiva, può essere utile avviare volontariamente dei conflitti al fine di analizzare profili o gruppi di profili potenzialmente latori di ulteriori conflittualità future, il cui operato potrebbe inficiare un sereno svolgersi di dibattiti e conseguente stimolazione di engagement. Tuttavia, è cruciale che tali conflitti siano gestiti con attenzione per evitare che degenerino in contrasti dannosi.

Da ultimo è bene notare che per gestire efficacemente i conflitti sui social media occorrono competenze specifiche e strategie mirate, inclusa la capacità di comunicare in modo efficace, di mediare in modo autorevole tra le parti coinvolte e di trovare soluzioni che soddisfino tutte le parti interessate o, almeno, riducano l'attrito. Nella migliore delle ipotesi, infatti, servendosi di un'efficace gestione dei conflitti è possibile trasformare una situazione potenzialmente negativa in un'opportunità, con l'effetto di rafforzare la reputazione e la credibilità di un brand o di un individuo.

Nota metodologica

Per l'analisi della gestione dei conflitti sui social media, come già anticipato verrà utilizzata la piattaforma Facebook su di uno specifico gruppo. L'utenza coinvolta (un collega già iscritto in quel gruppo ma sinora non attivo) simulerà di essere principiante nel settore trattato, con l'obiettivo di stimolare reazioni da parte dei frequentatori veterani e influencer attraverso una serie di strategie deliberatamente progettate. Queste includeranno, tra le altre:

1. **Gaffe volontarie:** errori intenzionali nel contenuto, nella forma o nella sostanza dei post, con il fine di suscitare correzioni e reazioni da parte degli utenti più esperti, inclusi eventuali influencer.
2. **Simulazione di scarsa competenza:** attraverso il concorrere di errori volontari specifici, concetti volutamente approssimativi ed altre tattiche, far emergere l'evidenza di una conoscenza limitata o errata dell'argomento e dimostrare la stimolazione e la produzione di risposte correttive.
3. **Finzione di scarsa conoscenza del lessico specifico:** impiego di termini impropri, adattati o non corretti, sempre con il fine di stimolare l'intervento dei veterani e/o degli influencer.
4. **Trucchi linguistici:** adozione di un linguaggio che appaia ingenuo, maldestro, inadeguato, con il fine di attirare l'attenzione e le reazioni degli utenti esperti, eventualmente accompagnati dal suggello di influencer.

L'obiettivo di queste strategie comunicative è di indurre veterani, influencer e loro supporter (che spesso agiscono come una vera e propria *claque*), a reagire con atteggiamenti a volte di compatimento o paternalistici, ma molto più spesso aggressivi, derisori, di scherno o di mordace e canzonatoria ironia. Veterani ed influencer sono spesso molto inclini a scadere in simili atteggiamenti proprio per rinsaldare e suggellare la loro superiorità, mettendosi in luce all'interno della comunità e spesso trascurando l'immagine di sé che danno al di fuori di tale comunità, dove frequentemente vengono giudicati assai meno bene proprio per via dei loro atteggiamenti.

Una volta stimolata e avviata la conflittualità, lo studente avrà il compito – in questo caso senza intervenire materialmente nel social – di indicare come dovrebbero essere gestiti e sedati gli eventuali conflitti ingenerati dalle summenzionate strategie. Tale processo, sottoposto al controllo del tutor, consentirà di dimostrare l'efficacia delle pratiche suggerite. Di seguito alcune caratteristiche degli interventi:

- **Tempestività:** risposta rapida e immediata al fine di prevenire l'escalation della conflittualità.
- **Efficacia comunicativa:** impiego di un linguaggio chiaro, privo di ambiguità e rispettoso all'atto della mediazione tra le parti.

- **Mediazione e risoluzione:** individuazione di soluzioni negoziali in grado di soddisfare tutte le parti interessate, trasformando, se possibile, una situazione potenzialmente negativa in un'opportunità in grado di convertire il conflitto in una crescita e in un miglioramento della reputazione del singolo o dell'impresa titolare della risorsa sul social medium.

Se lo studente, nell'ambito di un'attività strategica, dovesse ritenere opportuno suggerire due o più tattiche, dovrà spiegare, per tutte quelle suggerite, quali vantaggi e quali svantaggi portano ciascuna di esse, sottoponendole al tutor per l'esame.

L'operazione online, con relativo monitoraggio, acquisizione dati, rilevazione dei tempi ed analisi linguistico-computazionale, sarà svolta con l'ausilio dei docenti di Linguistica Italiana che coopereranno con il dott. Marco Valerio Principato, già laureato *cum laude* in Scienze della Comunicazione, nonché in Informazione, Editoria e Giornalismo presso altro Ateneo, d'accordo con lo studente.
