

OPINION LEADER 4 FUTURE

NEWSLETTER DELL'INFORMAZIONE CONSAPEVOLE

contenuti a cura di **ALMED**, Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica di Milano

COS'È OPINION LEADER 4 FUTURE? PERCHÈ UNA NEWSLETTER?

Il progetto **Opinion Leader 4 Future** è nato come una collaborazione tra le **Media Relation** del Gruppo **Credem** e l'**Università Cattolica** (Almed) con il fine di esaminare le dinamiche di **costruzione dell'opinione** che si sviluppano all'interno del **contesto sociale**, ricostruendo i diversi modelli di diffusione dell'informazione, di costruzione della reputazione e di attivazione della fiducia.

[Leggi di più](#) →

I NUMERI DEL PROGETTO

-  10 filoni di ricerca
-  5000 intervistati
-  20 tesi
-  45 esperti coinvolti
-  100 milioni di persone raggiunte
-  15 workshop

SEGUICI O CONTATTACI

Qualcuno a cui affidarsi: l'importanza degli opinion leader nel contesto informativo

A partire da una rilettura del lavoro di ricerca svolto negli ultimi anni Mariagrazia Fanchi evidenzia ruoli, privilegi e ambiti di azione dei nuovi leader di opinione a partire da tre dimensioni: conoscitiva, normativa e relazionale.



Mariagrazia Fanchi

Direttrice dell'Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica

[Ascolta l'audio](#) →



A MATTER OF TRUST: TENERSI INFORMATI IN TEMPO DI CRISI

Il protrarsi dell'emergenza sanitaria, la crisi internazionale, il generale clima di disorientamento politico e sociale incidono in maniera evidente sulle abitudini di fruizione informativa: si ricercano con più costanza e attenzione news e approfondimenti, con il conseguente però acuirsi di una sensazione di ansia e di frustrazione. Questo è il quadro che emerge dall'ultima ricerca condotta nell'ambito del progetto Opinion Leader 4 Future su un campione di 450 soggetti tra i 25 e i 75 anni.

[Leggi di più](#) →

Guerra Ibrida: perché avere più paura del conflitto Russo – Ucraino

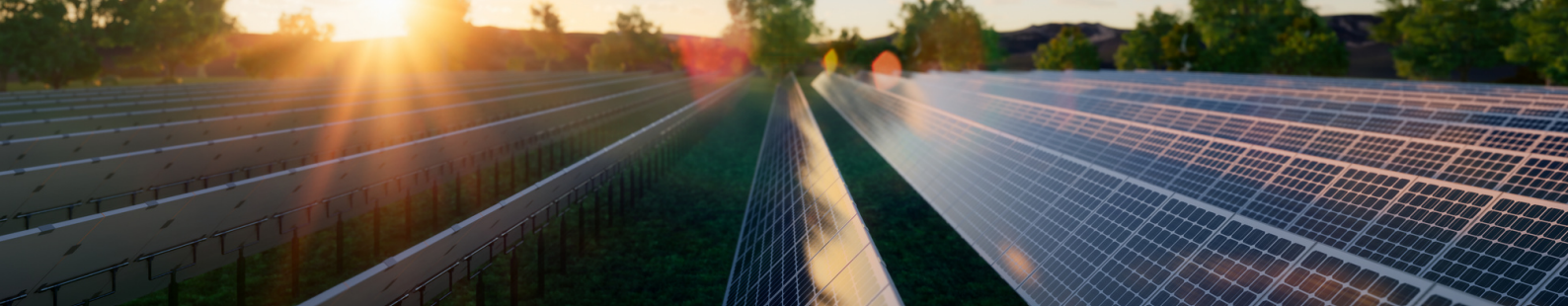
In queste settimane abbiamo visto e, soprattutto, abbiamo ascoltato essere presente nelle narrazioni ufficiali che hanno, purtroppo, dovuto adeguarsi alle evidenti degli scenari sul terreno, tutti quei segni che fanno di questo conflitto la prima Guerra Ibrida pienamente compiuta.



Marco Lombardi

Docente dell'Università Cattolica e direttore di dipartimento di Sociologia

[Guarda il video](#) →



PROTECT THE FUTURE

discorsi mediali del XXI secolo per i giovani del XXII

La forte sensibilità nei confronti della tematica ambientale rappresenta una delle caratteristiche peculiari delle nuove generazioni: i bambini sempre di più dimostrano di essere a conoscenza della problematica ambientale e della lotta in atto contro il cambiamento climatico.

Da questa consapevolezza nasce il progetto **Protect the Future**, rivolto a esaminare i **processi di costruzione degli** atteggiamenti e delle opinioni rispetto alle tematiche della sostenibilità ambientale, con specifico riferimento ad adolescenti e giovani.

L'obiettivo è di mappare attraverso questionari, interviste e analisi di case history i discorsi, le rappresentazioni e le esperienze mediali che contribuiscono al posizionamento dei soggetti rispetto all'ambiente e allo sviluppo di stili di vita sostenibili. Questa iniziativa rientra nell'ambito dell'erogazione da parte del Ministero di finanziamenti straordinari PON "Ricerca e Innovazione" sui temi della sostenibilità e dell'innovazione, in linea con gli obiettivi dell'agenda 2030. Avrà uno sviluppo triennale e sarà seguito dal team di ricerca della Professoressa Mariagrazia Fanchi, sempre nell'ambito della collaborazione con Credem.

[Leggi di più](#) →

L'INFORMAZIONE FRA LE MURA DOMESTICHE

L'informazione è anche una questione di famiglia! A partire dalla diffusione dell'emergenza sanitaria, il monitoraggio, effettuato nell'ambito del progetto Opinion Leader 4 Future, dei cambiamenti relativi agli atteggiamenti informativi all'interno dei network familiari consente di delineare alcuni trend, riconfermati anche con lo scoppio della guerra in Ucraina.

[Ascolta audio](#) →



Sara Sampietro

Docente e ricercatrice dell'Università Cattolica e coordinatrice di Opinion Leader 4 Future

ZETA OPINION LEADER

Competenza, rispetto, responsabilità e gentilezza queste sono solo alcune delle caratteristiche che i giovani della generazione Z (nati dopo il 1995) richiedono agli opinion leader: un nuovo sguardo al mondo informativo tra pragmatismo e propositività. E' il quadro che emerge dallo studio di ALMED e TIPS ricerche su un campione rappresentativo di oltre 700 ragazzi, tra i 10 e i 25 anni.

[Leggi di più](#) →

Per la redazione di questo numero si ringrazia in ordine alfabetico:

Federica Basilio, Alberto Paolo Bechis, Maria Francesca Cortese, Melissa Dello Monaco, Alvaro Diez Valle, Lucio Dionisi, Giorgia Lacerenza, Marco Lombardi, Laura Polenghi, Andrea Setti, Tips Ricerche, 2b Research, Bilendi