

LA RICERCA È SOCIALE



#ResearchWeek #CaFoscari150

Università Ca' Foscari Venezia,
3 ottobre 2018

LA RICERCA È SOCIAL

- **Introduzione – Lala Hu:**

«Il ruolo dei social media nella comunicazione e nella disseminazione della ricerca»

- **Arianna Traviglia e Carla Ardis:**

«La strategia social nella comunicazione di progetti sui Beni Culturali»

- **Ivano Eberini:**

«Come comunicare la scienza attraverso i social media»

- **Q&A**

PERCHÉ USARE I SOCIAL MEDIA?

«*Social media allow you to reach an **extremely wide — but also targeted — audience**, maximising the impact and successful exploitation of your research results.*»



Horizon 2020 Social media guide for EU funded R&I projects

COMUNICAZIONE

DISSEMINAZIONE

	COMUNICAZIONE	DISSEMINAZIONE
FASI	Tutte le fasi del progetto (compresi i risultati)	Solo risultati
AUDIENCE	Molteplici: <ul style="list-style-type: none"> • Esperti del settore di riferimento • Media • Pubblico allargato 	Specializzate: <ul style="list-style-type: none"> • Comunità scientifica • Imprese • Organizzazioni professionali • Policymaker
OBIETTIVO	Informativo nei confronti della società	Attivazione utilizzo dei risultati
RIF. GRANT AGREEMENT	Grant Agreement Article 38.1	Grant Agreement Article 29

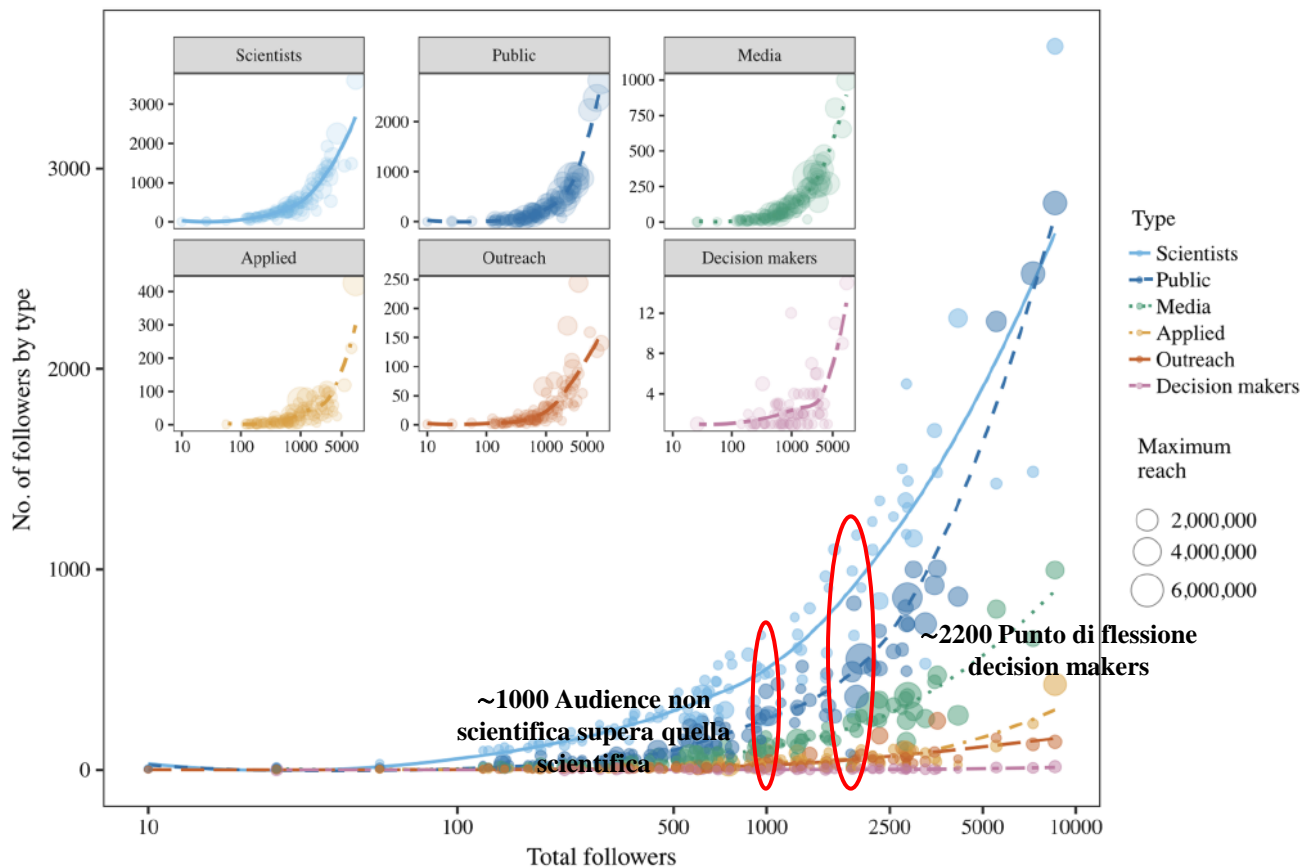
- Social media come strumento di **aggiornamento**: nuovi studi, opportunità di finanziamento, policy in ambito scientifico
- **Scambio di idee** con ricercatori della stessa disciplina, attivazione collaborazioni
- **Raccolta dati** (es. diffusione questionario)
- Promozione delle **pubblicazioni**

- Paper con maggiori tweet accumulano maggiori citazioni
- Volume di tweet nella prima settimana dalla pubblicazione aumenta la probabilità del paper di essere citato
- Altmetrics (*alternative metrics*) e traditional metrics sono strettamente connessi, ma non identici

(Eysenbach 2011; Peoples et al. 2016)

TIPOLOGIE DI AUDIENCE

Côté, I. M., & Darling, E. S. (2018). Scientists on Twitter: Preaching to the choir or singing from the rooftops?. *FACETS*, 3(1), 682-694.



SVILUPPO COMUNICAZIONE SOCIAL

- Non è un'attività improvvisata
- Richiede una pianificazione e una strategia ad hoc
- Fasi principali:



PIANO EDITORIALE

IN CHE MODO LA TUA RICERCA È SOCIAL?

- Vai sul sito **www.menti.com** e inserisci il codice **26804**
- Definisci usando un solo termine in che modo la tua ricerca è *social*

Grazie!



#ResearchWeek #CaFoscari150