
Formazione: Gruppo Credem e Università Cattolica, dieci termini per capire i leader di opinione del futuro

Quali sono le dieci parole legate al nuovo ruolo degli opinion leader? È questa la nuova iniziativa di "Opinion Leader 4 Future", il progetto triennale tra l'Alta Scuola in media, comunicazione e spettacolo (Almed) e la struttura delle media relation del Gruppo Credem che ha l'obiettivo di analizzare la rilevanza ed il ruolo dei nuovi leader di opinione nel panorama informativo nazionale ed internazionale. I dieci termini, commentati da esperti e docenti con un linguaggio semplice e con un breve video, guideranno in una sorta di mini manuale nel complesso mondo dei meccanismi della trasmissione dell'informazione e creazione del consenso. "Questa attività è in linea con uno dei pilastri fondanti del progetto, ovvero la divulgazione dei risultati delle ricerche per aumentare la consapevolezza, la sensibilità e il sapere riguardo gli opinion leader nazionali e internazionali". L'iniziativa nasce con l'obiettivo di trovare un'ulteriore occasione per condividere con un pubblico attento ed attivo il "sapere" che la ricerca Opinion leader 4 Future, grazie a un'ampia analisi della letteratura, all'apertura di 5 filoni di ricerca sul campo e all'organizzazione di una ventina di approfondimenti tra workshop, lezioni universitarie e seminari con gli esperti ha messo a fuoco nel corso dei mesi. La volontà è quella di "coinvolgere maggiormente la comunità che si è creata attorno al progetto, attraverso un linguaggio il più possibile semplice, divulgativo ed immediato". Per fare ciò sono state individuate le dieci chiavi di lettura che fino ad ora hanno guidato l'analisi, ma che delineano anche futuri ambiti di ricerca: capacità relazionali e comportamentali (soft skills), expertise (competenza), generatività, influenza (influencing), fiducia, gentilezza, comunità (community), collaborazione, partecipazione e futuro.

Filippo Passantino