



UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA  
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

## PROGETTO FAR2 – FORMAZIONE ALLA RICERCA 2

# *GIORNATA DI PRESENTAZIONE DEI RISULTATI DELLE ATTIVITÀ DI RICERCA*

*Comunicazione del rischio in ambiente montano*

Prof.ssa Maria Grazia Monaci  
Dott.ssa Claudia Marino

**Giovedì 24 maggio 2018**

Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice  
progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)



Unione europea





I due binari del progetto:

1. **Pagina Facebook di FMs:**  
analisi e sperimentazione
2. I dati self-report del **questionario** sono stati utilizzati sia per la costruzione di linee guida pratiche che per la stesura di un articolo scientifico sulla sensation seeking degli sciatori e degli snowboarder.





## 1. Facebook per la prevenzione: introduzione

La **Fondazione Montagna sicura** è un punto di riferimento nella divulgazione online in materia di neve e valanghe e più in generale di rischi in alta montagna, tramite la pubblicazione di note informative e di notizie specifiche e degli aggiornamenti dei Bollettini sul sito internet e soprattutto tramite la **propria pagina Facebook**. In questo senso, il presente progetto si propone di proporre delle azioni mirate ad aumentare l'efficacia della comunicazione del rischio nel contesto di Facebook.





*Obiettivo generale:* incrementare la consapevolezza dei rischi che si incontrano nello svolgere le attività in ambiente di alta montagna.



*Obiettivo specifico:* potenziare le modalità di comunicazione sulla pagina Facebook di FMs, contribuendo ad una più efficace policy di comunicazione del rischio.





## ***Fase A) organizzazione dei contenuti e dei post della pagina Facebook***

Come abbiamo ottenuto i dati reali della pagina Facebook della Fondazione Montagna sicura:

1. Abbiamo ottenuto il token tramite “Facebook per developers”
2. Abbiamo utilizzato la libreria del software R “Rfacebook” per scaricare tutti i dati dei post relativi alla pagina FMs
3. Abbiamo analizzato le reazioni (like, condivisioni e n commenti) di ogni post dal 2009 a marzo del 2018.





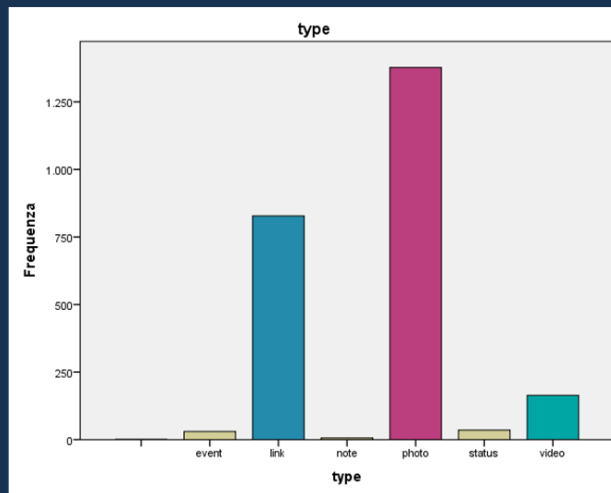
## Risultati

### *Fase A)* organizzazione dei contenuti e dei post della pagina Facebook

La pagina Facebook FMs ha 9607 follower e 9604 like.

Inoltre, gli operatori di FMs hanno postato un totale di 2434 post in circa 8 anni di attività della pagina Facebook (soprattutto foto, link e video)

**Figura 1. Frequenze relative alla tipologia dei post (type) dal 2009 a marzo 2018.**





## Fase B) classificazione dei post popolari

- *Livello quantitativo*: abbiamo selezionato 50 post che avevano ricevuto il numero maggiore di reazioni
- *Livello qualitativo*: abbiamo estratto le caratteristiche testuali e comunicative dei post più popolari



postid	message	time	type	link	likes _cou nt	comm ents_c ount	share s_co unt	caratteristich e
2379	LE APPARENZE INGANNANO? LA SICUREZZA NO! (tutorial) Come bisogna essere equipaggiati e cosa bisogna sapere per affrontare al meglio una giornata in fuoripista? Non fatevi ingannare dalle apparenze: disporre delle attrezzature adeguate, saper raccogliere le informazioni utili ed affidarsi ai professionisti della montagna è il giusto approccio per evitare brutte sorprese!!! Nel video, un gruppo di scalmanati freerider si imbatte casualmente in una tranquilla famiglia all'inizio di una giornata di sci. Il gruppo, colorato e chiassoso, si rivela essere composto da persone esperte e responsabili, nonostante le apparenze. Buona visione e approfittatene per ripassare le buone pratiche sulla sicurezza. <a href="http://bit.ly/2AYV5dB">hiip://bit.ly/2AYV5dB</a>	2017-12-06T09:00:02+0000	video	<a href="https://www.facebook.com/FondazioneMontagnaSicura/videos/1617066595027156/">https://www.facebook.com/FondazioneMontagnaSicura/videos/1617066595027156/</a>	307	11	183	Inizio con una domanda accattivante/ fornisce consigli pratici/video simpatico ma serio
2249	Camosci sulle Jorasses? La nostra fotocamera di ossevizazione del seracco delle Grandes Jorasses ha colto un singolare dettaglio: due camosci che si avventuravano a 4100 metri, proprio in corrispondenza di una delle fratture del seracco.	2017-07-28T11:00:00+0000	photo	<a href="https://www.facebook.com/FondazioneMontagnaSicura/photos/a.366370520096776.83979.349201275147034/1497905273609956/?type=3">https://www.facebook.com/FondazioneMontagnaSicura/photos/a.366370520096776.83979.349201275147034/1497905273609956/?type=3</a>	271	18	188	Inizio con una domanda accattivante/ Immagine natura spettacolare/post corto e linguaggio semplice
2348	Oggi a Courmayeur la giornata è cominciata così...!!! Sarà forse arrivato l'inverno??	2017-10-23T06:37:24+0000	photo	<a href="https://www.facebook.com/FondazioneMontagnaSicura/photos/a.366370520096776.83979.349201275147034/1576775765722906/?type=3">https://www.facebook.com/FondazioneMontagnaSicura/photos/a.366370520096776.83979.349201275147034/1576775765722906/?type=3</a>	253	8	32	Finisce con una domanda/Immagine natura spettacolare





## Fase C - costruzione del “decalogo del postatore FMs”



Abbiamo utilizzato la classificazione dei post della fase B per costruire un decalogo da utilizzare per la sperimentazione dei post successivi (fase D).

Infatti, per aumentare la probabilità che siano efficaci, i post su Facebook che abbiano lo scopo di essere “informativi e preventivi” hanno contenuti e forme specifici a seconda del contesto di azione (Veil, Buehner, & Palenchar, 2011).

Il decalogo, quindi, discende direttamente dall’analisi dei post della pagina di FMs e si basa sui “gusti” dei follower della pagina.



## Fase C – La struttura del “decalogo del postatore FMs & Social”

*Indicazioni riassuntive per postare sempre più efficacemente sulla pagina Facebook FMS*

PARTE 1: COSA è BENE FARE

PARTE 2: COSA è BENE NON FARE

PARTE 3: ISTRUZIONI PER L'USO





## Esempio: i primi 5 punti del decalogo:

Pagina Facebook-FMS

### Il decalogo del Postatore: **F**Montagna Sicura & Social Indicazioni riassuntive per postare sempre più efficacemente sulla pagina Facebook FMS

#### **PARTE 1: COSA è BENE FARE**



- 1) **Inserire delle domande** all'inizio o alla fine del post aumenta la possibilità che gli utenti leggano il post e ne siano incuriositi. I punti di domanda suscitano curiosità. Si consiglia di usare questa formula soprattutto per i messaggi importanti che si vogliono diffondere velocemente.
- 2) **Postare foto/video/immagini che ritraggano la spettacolarità della natura, la particolarità di alcuni eventi** (esempio: neve alta fino alle porte). Postare materiale che non ha un'apparente fine preventivo e/o comunicativo ma che "funziona" (in termini di **like** e condivisioni) aumenta la probabilità che gli utenti si soffermino a leggere anche altri post quando questi appaiono sulle loro bacheche per effetto della fiducia dovuto alla costante stimolazione di immagini piacevoli associate al profilo di **Fms**.

45

Pagina Facebook-FMS



- 3) **Post brevi, linguaggio semplice e colloquiale.** Si consiglia di scrivere post di 150/200 caratteri al massimo. (Per dare informazioni più complete: punto 5). Evitare di scrivere post che necessitino di cliccare su "continua a leggere" perché gli utenti abituati alla rapidità delle informazioni sociali potrebbero scoraggiarsi. Nel caso in cui non fosse possibile riassumere, curare molto la prima frase in modo da aumentare la curiosità e la voglia di andare avanti da parte di chi legge.
- 4) **Usare Incipit con uno stile "slogan"** oppure adattamenti di modi di dire. Gli incipit accattivanti aumentano la probabilità che gli utenti si fermino a leggere. Perciò sono particolarmente indicati per diffondere informazioni sulla prevenzione, allarmi e raccomandazioni.
- 5) **Per dare informazioni tecniche utili:** usare elenchi puntati e testi schematici piuttosto che paragrafi lunghi. Usare solo le sigle largamente conosciute anche dai meno esperti, mettere in ordine di

46



## Fase D – Sperimentazione dei post

In questa ultima fase abbiamo proposto agli operatori di FMs di postare sulla pagina Facebook alcuni post al mese che seguissero i criteri indicati nel decalogo del postatore.

Alla fine di ogni mese, procediamo con il monitoraggio delle reazioni ai post con lo scopo di quantificare l'apprezzamento (in termini di reazioni) ai diversi post. In questo modo abbiamo la possibilità di monitorare l'eventuale aumento della popolarità della pagina e degli specifici post.

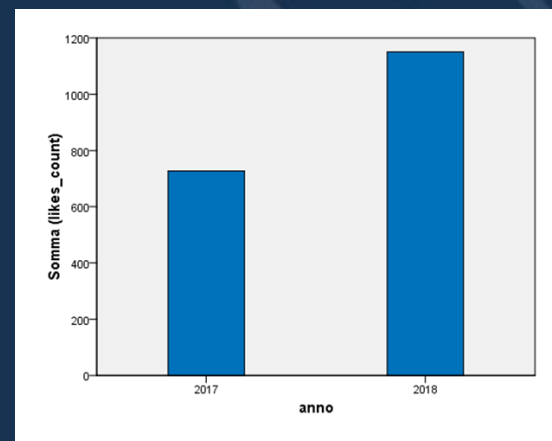


## Fase D – MARZO: CONFRONTO 2017- 2018

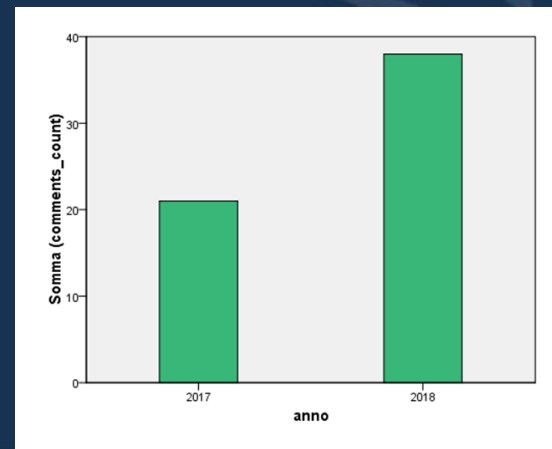
**Numero medio di like, commenti e condivisioni relativi al mese di MARZO 2017 e 2018.**

	anno	N	Media	Deviazione std.
likes_count	2017	25	29,08	25,415
	2018	26	44,27	45,036
comments_count	2017	25	,84	2,035
	2018	26	1,46	2,195
shares_count	2017	25	21,04	68,267
	2018	26	10,73	17,064

Like



commenti



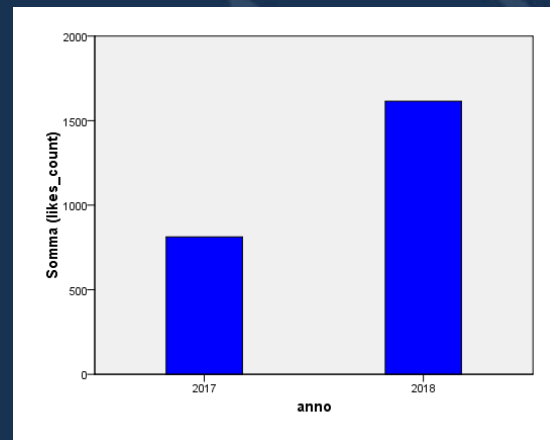


## Fase D – APRILE: CONFRONTO 2017- 2018

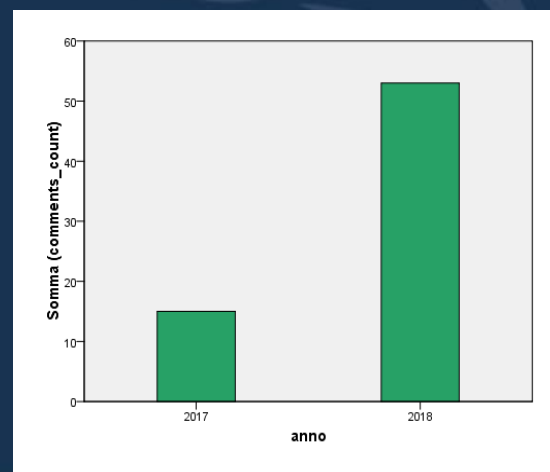
Numero medio di like, commenti e condivisioni relativi al mese di APRILE 2017 e 2018.

	anno	N	Media	Deviazione std.
likes_count	2017	23	35,35	35,905
	2018	28	57,68	58,140
comments_count	2017	23	,65	1,152
	2018	28	1,89	2,439
shares_count	2017	23	6,61	9,223
	2018	28	14,43	17,464

Like



commenti





***Impatto sociale:*** i risultati attesi riguardano le possibili conseguenze positive di una comunicazione del rischio mirata, pertinente ed indirizzata al giusto target, volta non solo a consolidare il ruolo di eccellenza della Valle d'Aosta nel settore del soccorso, ma molto operativamente a ridurre il numero degli incidenti, diminuendo l'importante costo degli interventi, ad esempio in elicottero, in alta quota, estremamente dispendiosi e pericolosi in termini umani. Un'efficace politica di prevenzione riduce infatti gli incidenti ed i costi che la società sostiene.





## 2. I risultati del **questionario** (presentati il 13 dicembre 2017) sono stati rielaborati per:

- la costruzione di linee guida pratiche
- la stesura in corso di un articolo scientifico su sensation seeking di sciatori e snowboarder

Marino, C., Agnoli, S., Albertazzi, C., Scacchi, L., & Monaci, M.G. Factorial validity of the Italian version of the Contextual Sensation Seeking Questionnaire for skiing and snowboarding (CSSQ-S).

- la **presentazione orale a un convegno**

Albertazzi, C., Monaci, M.G., Scacchi, L., & Marino, C. Analisi dei fattori che influenzano la propensione al rischio in sciatori ricreativi e in professionisti dei comprensori sciistici. XXII Congresso Nazionale AIPS 2018 – Venezia- Mestre, 25-27 maggio 2018





UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA  
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE



Fondazione Montagna sicura

Fondazione Montagna sicura

MONTAGNA SICURA MONTAGNE SÛRE

Fondazione Montagna sicura ✓  
@FondazioneMontagnaSicura

Home

About

Events

Photos

Videos

Community

Reviews

Posts

Liked Following Create fundraiser

Learn More Message

Status Photo/Video

Write something on this Page...

Photos

Charity in Courmayeur  
5.0 ★★★★★

Community See all

Invite your friends to like this Page

9,006 people like this

8,975 people follow Chat (Off)

Grazie per l'attenzione

Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)



Unione europea

