

Indice Generale

1. Introduzione

1.1 Un corso e-learning per Web Writer, perché?

- 1.1.1 L'esperienza del tirocinio
- 1.1.2 Un testo per il web
- 1.1.3 Obiettivi d'apprendimento
- 1.1.4 Obiettivi della relazione

2. Progettazione del corso

2.1 Organizzazione dei contenuti

- 2.1.1 M, UD, LO

2.2 La progettazione delle unità didattiche

- 2.2.1 La suddivisione in LO e le strategie didattiche

2.3 Progettazione dell'interfaccia

- 2.3.1 L'interfaccia di navigazione
- 2.3.2 Software per la costruzione di LO: Articulate Engage

3. Scrivere i contenuti

3.1 La scelta degli argomenti

- 3.1.1 Web-writing e Copywriting (LO2 , LO3)
- 3.1.2 Search Engine Optimization (LO4)

3.2 Le verifiche d'ingresso e in uscita (LO1 , LO5)

- 3.2.1 Domande a risposta multipla

4. Lo Story-Board

4.1 Testo scritto, immagine, audio

5. Conclusioni

5.1 Obiettivi raggiunti

6. Bibliografia

6.1 Bibliografia siti web

1. Introduzione

L' *e-learning* è una tecnologia di insegnamento ormai affermata e largamente usata nel settore scolastico o universitario e non solo: questo sistema tecnologico, che permette di gestire la formazione a distanza, trova largo utilizzo anche all'interno delle imprese e dei processi aziendali per trasformare e gestire la conoscenza (processi di *Knowledge Management*¹) o come strumento abituale di informazione, studio e collaborazione attraverso il canale di Internet. Non vi è alcun dubbio che l'e-learning costituirà in un futuro più o meno prossimo, una larga fetta del mondo dell'insegnamento e della formazione in generale. Risulta quindi importante per gli addetti ai lavori, comprendere e seguire gli sviluppi di questo sistema in rapida crescita.

1.1 Un corso e-learning per Web Writer, perché?

Come già detto, l'e-learning è una tecnologia matura che trova largo utilizzo all'interno delle imprese e delle aziende per la formazione dei propri dipendenti; è per questo che nasce l'idea di un corso e-learning che può trovare uso sia all'interno di istituzioni scolastiche e universitarie, sia all'interno del mondo lavorativo.

Affinché ciò si verifichi è necessario che l' "argomento" centrale del corso sia di possibile interesse sia per allievi "studenti" , sia per allievi "lavoratori" che anche per semplici utenti che decidano di fruire del corso per accrescere il proprio bagaglio di conoscenza personale.

La scelta dell'argomento è ricaduta quindi su un tema che permettesse le applicazioni di cui sopra e che interessasse un pubblico più vasto possibile.

¹ *Knowledge Management*: letteralmente, " gestione della conoscenza", comprende la conoscenza per intero di in azienda (gestione delle idee, esperienze e competenze distintive degli individui e dell'impresa). Il Knowledge Management può essere inteso come la misurazione e la valorizzazione del capitale umano al fine di aumentare il valore totale dell'impresa.

Una piccola parentesi: Internet e il *World Wide Web*² hanno conosciuto negli ultimi venti anni un progresso enorme; il loro utilizzo è in rapida espansione e lo sviluppo delle applicazioni e degli impieghi non sembra arrestarsi, anzi prevede una crescita esponenziale. Questo dato, che può sembrare inizialmente banale, influisce molto sulla concezione di ciò che è il web stesso e sulla vita dell'uomo moderno che è sempre più condizionato dall'utilizzo di questa tecnologia.

Ma di cosa è fatto il web? Qual è il contenuto delle pagine web?

Al di là degli strumenti informatici che ci permettono di accedere a Internet e navigare, è utile conoscere le modalità di sviluppo e di composizione delle pagine Web. Naturalmente queste variano a seconda del sito che stiamo visitando, ma in linea di massima possiamo affermare che il testo e la scrittura costituiscono ancora la maggior parte dei contenuti web. Risulta quindi molto utile per la gestione delle pagine e dei siti “saper scrivere per il web”: conoscere le strategie di scrittura migliori che non possono che differenziarsi, almeno in parte, dalle strategie di scrittura tradizionali.

Negli ultimi anni è cresciuta quindi la consapevolezza di una nuova figura di scrittore: il *Web-Writer* (scrittore-web), ossia colui che è in grado di redigere testi destinati alla fruizione sul web. Da qui, la scelta di costruire un corso e-learning che ha l'obiettivo principale di formare o perlomeno trasmettere le nozioni elementari per un buon Web-writer.

1.1.1 L'esperienza del tirocinio

La scelta di costruire un corso e-learning per la formazione di un Web-writer è giustificata anche dall'esperienza di tirocinio fatta dall'autore.

Il tirocinio, svolto all'interno di un'azienda privata esperta nel settore, ha previsto come obiettivo e lavoro principale quello della stesura di testi per il web.

² *World Wide Web*: “WWW” o più frequentemente “Web”, conosciuto pure come “Grande Ragnatela Mondiale”, è un servizio di Internet che permette di navigare attraverso contenuti multimediali e ulteriori servizi accessibili agli utenti di Internet.

L'autore ha avuto la possibilità di vestire i panni del web-writer e di apprendere quindi alcune delle strategie più efficaci per svolgere al meglio la funzione di "scrittore" per il web.

1.1.2 Un testo per il web

Ma cos'è che differenzia un testo per il web da un testo su carta? Perché, ad esempio, chi è già in grado di scrivere dei buoni elaborati dovrebbe affrontare questo corso prima di cimentarsi alla scrittura di testi per il web?

Un testo scritto e pensato per la fruizione web presenta caratteristiche peculiari del suo genere. Utilizzando un supporto diverso, che non è quello cartaceo bensì un pc connesso a internet e un monitor, un testo on-line deve tenere in considerazione oltre che appunto il supporto, anche l'ambiente in cui viene inserito.

Sulla lettura su carta, il lettore si muove fisicamente all'interno del testo (sfogliando le pagine, seguendo l'indice, ecc...). Quando si parla di testi sul web, ciò avviene in maniera totalmente differente: si inserisce qui il concetto di ipertesto, cioè la possibilità di passare da un articolo ad un altro presente sul web, in maniera non predisposta (come potrebbe succedere quando si legge un libro o un giornale), ma a discrezione dell'utente e alle scelte che opera in tempo reale. La prima differenza sostanziale sta quindi nell'uso dei link.

Altri sono i fattori che differenziano un testo scritto per il web da un normale testo; cerchiamo di elencare i più importanti che verranno analizzati in seguito all'interno di questa relazione:

- quando un uomo legge su un monitor compie un'azione e uno sforzo diverso rispetto a quando si trova a leggere sulla carta; vedremo più avanti come un web-writer considera questo fattore durante la stesura dei suoi testi;
- rispetto alla scrittura su carta, chi scrive per il web può usufruire di una più variegata formattazione del testo (l'uso dei colori per esempio è più massiccio);

- per quel che riguarda l'aspetto linguistico, il web-writer è sempre consapevole che l'utente di internet è un utente "frettoloso" e deve saper contenere l'utente all'interno della propria pagina o deve convincerlo a restarci quando questa viene appena aperta. Per fare ciò deve far uso di uno stile chiaro, vigoroso, conciso; il linguaggio deve essere il più lineare possibile e i periodi non troppo lunghi.

1.1.3 Obiettivi d'apprendimento

L'obiettivo principale del corso è quello di fornire all'utente gli strumenti necessari per essere in grado di scrivere testi efficaci e validi destinati alla lettura sul web. Per far ciò l'allievo deve essere aggiornato su tutti gli aspetti che interessano la redazione di un testo; cercando di individuare e schematizzare quali sono, possiamo fornire una lista di obiettivi principali utili per la formazione di un buon web-writer:

- Avere consapevolezza delle differenze sostanziali che esistono tra la lettura su carta e la lettura su schermo.
- Saper riconoscere il pubblico a cui il testo è destinato e saper scrivere di conseguenza.
- Individuare le informazioni principali che si intendono comunicare.
- Utilizzare un tipo di formattazione valida (uso dei font, dei link, delle immagini, della punteggiatura, scelta dei colori ecc. ...).
- Avere coscienza del concetto di ipertesto.
- Essere in grado di scrivere delle *Landing Pages* (articoli con scopi pubblicitari).
- Conoscere le dinamiche S.E.O.³ (*Search Engine Optimization*) per la visibilità del proprio testo.

³ S.E.O. : acronimo di "Search Engine Optimization"(ottimizzazione per motori di ricerca), comprende tutte quelle attività che hanno lo scopo di incrementare il volume di traffico di un sito web e dargli maggiore visibilità fra i risultati dei motori di ricerca.

1.1.4 Obiettivi della relazione

Lo scopo di questa relazione è quella di fornire al lettore una visione d'insieme delle dinamiche di progettazione di un corso elettronico per web-writer.

La relazione affronterà questo argomento seguendo passo dopo passo la realizzazione da parte dell'autore di un prototipo di corso e-learning per la formazione della figura di Web-Writer.

2. Progettazione del corso

Nella costruzione di un corso e-learning è fondamentale seguire un metodo di organizzazione e progettazione efficiente. Nella creazione di un corso elettronico, infatti, è necessario che le varie figure professionali coinvolte riescano a comunicare e a pianificare il progetto anche se si trovano in luoghi diversi e hanno competenze diverse. Il *work-flow*⁴ a cui l'autore ha fatto riferimento è quello già consolidato sia a livello d'impresa che nella formazione e segue il metodo del CDM⁵ (Courseware Design Management): dieci macroazioni in grado di fornire al clienti e agli addetti ai lavori risultati tangibili a ogni passo.

Un modello di progettazione è infatti necessario, soprattutto per condividere lo stesso percorso di produzione con tutti gli attori coinvolti nel processo: esperti di contenuto, progettista, programmatori, grafici, ecc. In questo capitolo analizzeremo le varie fasi del lavoro di costruzione del corso, analizzando i CDM costruiti dall'autore.

2.1 Organizzazione dei contenuti

Cominciamo analizzando i passi che hanno portato l'autore alla definizione dei contenuti tramite il CDM-02, che è appunto la fase che si occupa della mappatura della conoscenza. Durante la costruzione del modello si traccia il *project management* di tutto il corso e si definisce l'organizzazione gerarchica dei contenuti, le strategie didattiche e le caratteristiche dei LO⁶.

⁴ *Work-flow*: Il workflow comprende una serie di convenzioni per gestire gruppi di lavoro; è un processo costituito da una o più attività, ognuna delle quali rappresenta un lavoro da svolgere per giungere a un obiettivo comune.

⁵ CDM: *Courseware Design Management* è marchio registrato TE.COM Multimedia S.r.l. (www.txm.it) e la gestione del copyright è affidata a Wbt.it Srl (www.wbt.it). È stato ideato da *Marcello Giacomantonio* (relatore della tesi) a metà degli anni novanta e sviluppato negli anni dal team di lavoro delle due aziende partner.

⁶ LO: Learning Object, è l'elemento minimo di un corso, costruito attorno a un obiettivo formativo, costruito con materiali multimediali e riutilizzabile in percorsi diversi che operano su un LMS.

2.1.1 M, UD, LO

Il CDM-02 ha la funzione principale di mappare e organizzare gerarchicamente l'intero corso che ci si appresta a costruire. La suddivisione classica si basa sull'individuazione di Moduli (M), divisi in Unità didattiche (UD), a loro volta suddivise in Learning Object (LO).

Andiamo ad analizzare adesso il CDM-02 del corso e-learning per la formazione della figura di un Web-writer. Nella figura 2.1 possiamo osservare che l'autore ha pensato il corso come un unico modulo suddiviso in tre unità didattiche differenti, con obiettivi didattici altrettanto differenti.

Corso: La scrittura e il Web			
2. DETTAGLIO CONTENUTI			
M/UD	Titolo	Descrizione	Responsabile
M1	Scrivere per il Web		
UD1	La scrittura e il Web, nuovi scenari	Panoramica sulla scrittura in ambito Web	Eugenio Santangelo
UD2	Diventare un Web Writer	Regole e consigli per scrivere testi on-line	Eugenio Santangelo
UD3	L'interfaccia testuale	L'integrazione del testo con la grafica Web	Eugenio Santangelo

Figura 2.1 CDM-02

Nella “*mappa dinamica dei contenuti*” (Fig. 2.2) sempre in CDM-02 si scende nei particolari della mappatura indicando tutti i dati utili a una migliore suddivisione dei contenuti. Ecco l'elenco con i valori totali del modulo, del CDM in questione:

- **FPR** (Fattore Ponderale Relativo) **9**
- **FPA** (Fattore Ponderale Assoluto) **10**
- **TAE** (Tempo Aula Equivalente) **3h, 20m**
- **PT** (Numero indicativo delle pagine di testo) **13**
- **DL** (Durata di lettura) **1h, 30m**
- **RI** (Percentuale di rilevanza immagini) **57%**
- **PMM** (Percentuale di presentazione multimediale: parlato, video, musica, animazione) **50%**

Corso: La scrittura e il Web								
1. Mappa dinamica dei contenuti								
Figura professionale di riferimento								
M=Modulo								
UD=Unità didattica								
		Sezione orientamento		Sezione progettazione				
		FPr	Fpa	TAE	PT	DL	RI	PMM
M1	Scrivere per il Web	9,0	10,0	03:20	13	01:30	57%	50%
UD1	La scrittura e il Web, nuovi scenari	9,0	9,0	01:00	4	00:30	50%	40%
UD2	Diventare un Web Writer	10,0	10,0	01:30	6	00:40	40%	50%
UD3	L'interfaccia testuale	8,0	8,0	00:50	3	00:20	80%	60%
Totali		9,0	10,0	03:20	13	01:30	57%	50%

Figura 2.2 CDM-02 (Mappa dinamica dei contenuti)

Andando avanti con la mappatura, nella figura 2.3 possiamo osservare il grafico che illustra il rapporto fra FPA e TAE nelle diverse unità didattiche.

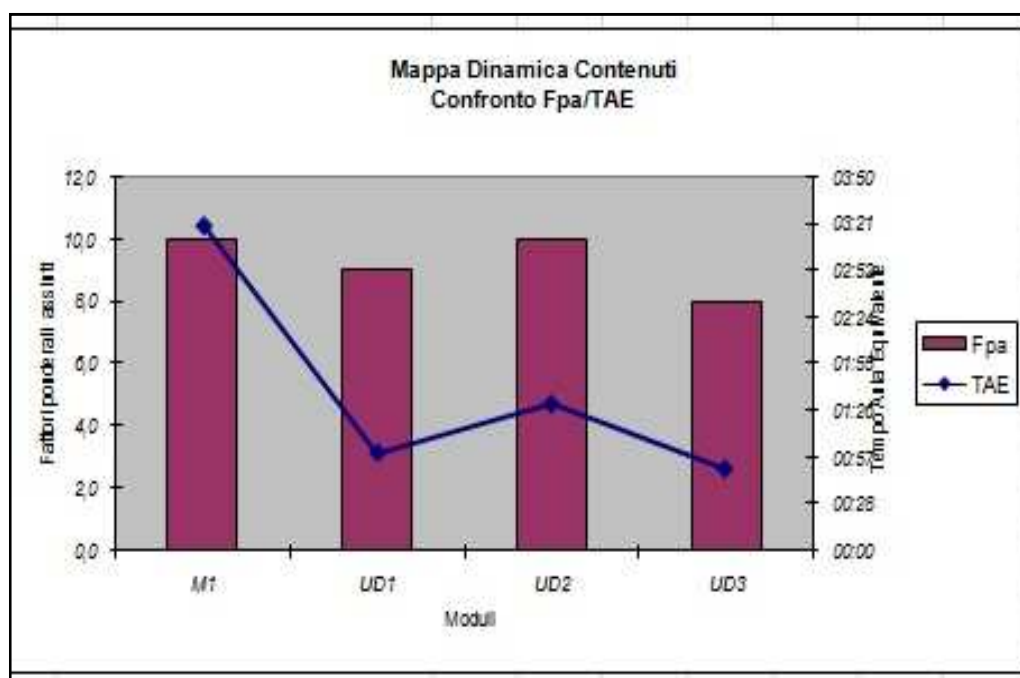


Figura 2.3 CDM-02 (Confronto Fpa/TAE)

Infine nella figura 2.4, si riporta la mappa finale dei contenuti che tiene conto anche dei fattori di:

- **NV** (numero videate)
- **TCP** (tempo di contatto pagine)
- **TCE** (tempo contatto esercitazione)
- **TCT** (tempo contatto totale)

Corso: La scrittura e il Web							
3. Mappa finale contenuti: documentazione consuntiva							
Figura professionale di riferimento							
	M=Modulo						
	UD=Unità didattica						
	(ATTENZIONE: modificare solo le celle bianche)						
		FPr	Fpa	NV	TCP	TCE	TCT
M1	Scrivere per il Web	9,0	10,0	73	02:20	01:00	03:20
UD1	La scrittura e il Web, nuovi scenari	9,0	9,0	24	00:40	00:20	01:00
UD2	Diventare un Web Writer	10,0	10,0	34	01:00	00:30	01:30
UD3	L'interfaccia testuale	8,0	8,0	15	00:40	00:10	00:50
Totali		9,0	10,0	73	02:20	01:00	03:20

Figura 2.4 CDM-02 (Mappa finale dei contenuti)

2.2 La progettazione delle unità didattiche: il CDM-04

Una volta progettata la mappa dei contenuti dell'intero corso, si scende nel dettaglio delle UD e dei LO. Si definisce, in questa fase, la suddivisione di ogni Unità didattica (UD) in fasi di apprendimento differenti. Questi oggetti interni alle UD sono i Learning Object (LO), per ognuno dei quali si sceglie di adottare strategie didattiche diverse a seconda dell'obiettivo didattico che quello stesso LO persegue.

In questo caso analizzeremo il CDM-04 dell'unità didattica centrale (*Diventare un Web-writer*) del nostro corso e-learning per la formazione della figura di un Web-Writer.

CDM 04 <small>Ver.7.0</small>	Scheda di progettazione di UD+LO	
CDM® - Courseware Design Management - Marchio registrato TECOM Multimedia Srl Documento allegato al libro M.Giacomantonio , Learning Object, Carocci, Roma 2007 (http://www.learningobject.info)		
Corso: <u>La scrittura e il Web</u>	Modulo: <u>n° 1</u>	UD: <u>n° 2</u>
Titolo: <u>Diventare un Web Writer</u>		
Progettista: <u>Eugenio Santangelo</u>		

Figura 2.5 Intestazione del CDM-04 su file .rtf o.doc

2.2.1 La suddivisione in LO e le strategie didattiche

L' Unità didattica presa in esame si propone di fornire all'allievo un'ampia conoscenza del panorama della scrittura web, con le sue tipologie di testi, ma anche una vasta gamma di informazioni e consigli utili per redigere un testo destinato alla fruizione on-line. Ultimo, ma non meno importante, obiettivo didattico è quello aggiornare l'allievo su alcune delle più comuni strategie S.E.O. per far ottenere alla pagina in cui è inserito il suo testo, una maggiore visibilità sui motori di ricerca e un significativo numero di link da altri siti presenti sul web. Dal CDM-04 della UD che stiamo considerando leggiamo:

“ L'obiettivo didattico di questa UD è quello di creare la consapevolezza dell'allievo di una nuova figura di “scrittore”. L'allievo deve essere in grado di percepire tutti i campi in cui il Web-Writer può esercitare il suo ruolo e quali sono le tecniche e le strategie compositive che utilizza per scrivere un testo che sia fruibile e adatto all'ambiente Web. “

Tenendo conto di tutti questi fattori, l'autore ha optato per una suddivisione della UD in cinque LO differenti:

- **LO 1** - Verifica di ingresso della UD
- **LO 2** - Presentazione degli scenari e delle regole compositive
- **LO 3** - Analisi di un esempio di web-writing
- **LO 4** - Approfondimento : SEO (Search engine optimization)
- **LO 5** - Verifica di uscita

Prendiamo adesso in esame ogni singolo LO per analizzare le strategie didattiche e le modalità di composizioni che sono state adottate per ognuno di essi.

LO 1 : Per il primo Learning Object si è scelta una strategia didattica adatta a verificare le conoscenze pregresse dell'allievo che si appresta a fruire del corso: quella del **test**. Si tratta di un test con cinque domande a risposta multipla sugli argomenti che la UD andrà ad affrontare. Questo tipo di verifica intende soprattutto mettere al corrente l'allievo delle sue eventuali lacune, dando un consiglio implicito sui LO utili a colmarle.

LO 2 : Il secondo Learning Object utilizza una strategia completamente differente dalla prima: quella del **tutoriale**. Qui vengono illustrate le dinamiche generali della scrittura on-line, le regole compositive e di formattazione per un buon testo per il web e nel finale sorvola con una rapida occhiata lo scenario del Copywriting⁷ e delle Landing Pages. Il LO è composto da 20 videate con immagine a fianco e audio parlato.

LO 3: Il terzo Learning Object sfrutta una strategia largamente in uso nello scenario dell' e-learning: lo **studio dei casi**. Viene preso in esame un testo composto dall'autore durante l'esperienza del tirocinio: si tratta di un testo scritto per un sito che sponsorizza eventi, ma con riferimenti promozionali ad una catena di alberghi presente nella città in cui si svolge l'evento. Si analizza quindi un testo che sta a metà fra un articolo di informazione e una Landing Page, utile quindi come esempio più o meno generale di un articolo scritto per il web. Viene quindi preso in esame il testo nelle sue parti e parimenti in 8 videate vengono illustrate e sottolineate le strategie compositive adottate per la stesura dell'articolo stesso.

⁷ *Copywriting* : si intende l'uso di parole e di idee per promuovere un business, un' opinione o un'idea. Il copywriting è generalmente limitato alle situazioni promozionali e negli ultimi anni questo fenomeno ha conosciuto una forte crescita esponenziale sul Web.

LO 4: Il quarto Learning Object si propone come **approfondimento** di un tema importante del web-writing, quello della ottimizzazione delle pagine per i motori di ricerca. Questo LO, con una forma grafica che sfrutta le potenzialità del tutoriale, in 6 videate, cerca di fornire all'allievo informazioni utili circa l'utilizzo degli strumenti S.E.O. (Search Engine Optimization) più comuni, all'interno della redazione dei suoi testi.

LO 5: Infine, coerentemente al primo LO, il quinto Learning Object riutilizza la strategie del **test** per verificare le competenze acquisite dall'allievo durante la fruizione di tutta l'UD. Il test è composto da dieci domande a risposta multipla sugli argomenti affrontati in tutti i LO precedenti, presenti all'interno dell'unità didattica appena sottoposta.

2.3 Progettazione dell'interfaccia

Un aspetto fondamentale della costruzione di un corso e-learning riguarda la progettazione dell'interfaccia di navigazione, con la quale sarà possibile muoversi attraverso i vari Learning Objects e far interagire l'utente.

Il *frame work*⁸ dell'interfaccia svolge quindi funzione di navigazione e di comando ed è un elemento di omogeneizzazione dei LO. In questa fase del lavoro, quindi è importante tenere in considerazione i meccanismi che regolano il rapporto uomo-computer.

Procediamo analizzando i criteri di progettazione del CWF (*courseware*⁹ *framework*) dell'autore durante la costruzione del corso oggetto di questa relazione.

⁸ *Framework* : nel contesto di uno sviluppo di un software, si intende una struttura di supporto utile all'organizzazione e alla progettazione di un software. Il framework è solitamente composto da una serie di librerie di codice utilizzabili con uno o più linguaggi di programmazione, spesso equipaggiate di strumenti atti ad aumentare la velocità di sviluppo.

⁹ *Courseware* : termine collettivo che indica tutti gli oggetti, digitali e non, che costituiscono un corso e-learning.

2.3.1 L'interfaccia di navigazione

Il *work-flow* adottato dall'autore prevede anche per questa fase di progettazione un modello CDM, in questo caso CDM-03, che ha la funzione di illustrare il tipo di interfaccia che si intende utilizzare e come svilupparla.

Nella costruzione del CDM-03 bisogna valutare anche che tipo di ambiente di sviluppo si intende adoperare per la creazione dell'interfaccia di navigazione.

Nel caso del corso e-learning che si sta analizzando l'autore ha optato per una soluzione *collaudata*. Esistono infatti, diversi software sviluppati per la costruzione di LO con caratteristiche standard, le quali permettono che i Learning Object creati con questi software siano integrabili in qualsiasi altro sistema LMS (Learning Management System)¹⁰.

2.3.2 Software per la costruzione di LO:

Articulate Engage

Uno dei software più utilizzati per la progettazione dei Learning Objects è *Articulate Engage*¹¹ '09, utilizzato dall'autore che ha optato per l'interfaccia standard del programma.

Andiamo ad analizzare di seguito le motivazioni di questa decisione, mostrando le varie componenti dell'interfaccia di navigazione nei suoi tratti salienti per ogni singolo LO.

LO 1 e LO 5 – TEST

L'interfaccia di default di Articulate Engage per i test offre una soluzione chiara ed agevole. L'abbinamento di colori chiari insieme ad un uso dei caratteri semplice, offre una visibilità efficiente all'allievo (Fig. 2.6).

¹⁰ LMS (*Learning Management System*) : è una piattaforma per l'erogazione dei corsi e-learning.

¹¹ *Articulate Engage*: Copyright © 2011 Articulate Global Inc.

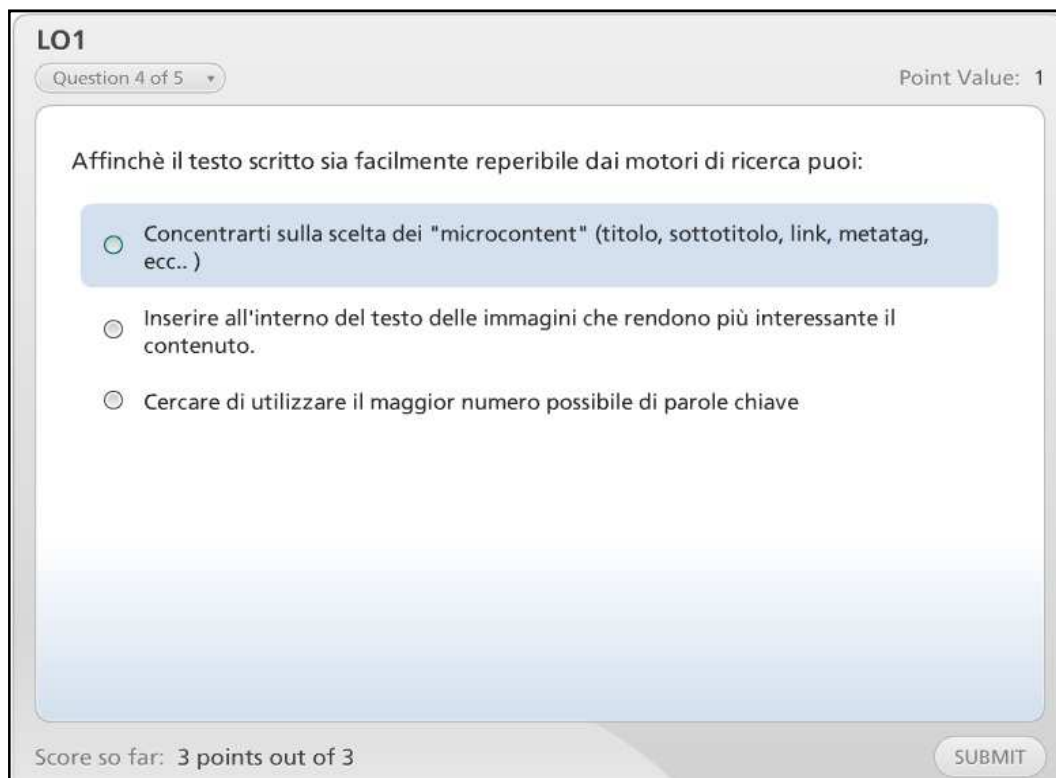


Figura 2.6 Videata del LO1,5 (quiz a risposta multipla)

L'interfaccia ci permette anche di avere informazioni circa l'andamento della prova. Come possiamo vedere nella figura 2.7 , viene visualizzato in alto a sinistra in quale Learning Object si trova l'allievo e il numero della domanda che sta affrontando.



Figura 2.7 LO 1,5 (numero del LO e della domanda)

In alto a destra l'interfaccia ci informa sul valore in punti della domanda.(Fig. 2.7)



Figura 2.8 LO 1,5 (valore in punti della domanda)

In basso a sinistra, si può tenere conto del punteggio parziale totalizzato.



Figura 2.9 LO 1,5 (punteggio parziale totalizzato)

Al termine del quiz viene visualizzato il punteggio ottenuto dall'allievo. L'interfaccia offre inoltre la possibilità di esplorare il quiz domanda per domanda, per verificare gli errori fatti e controllare le risposte corrette.

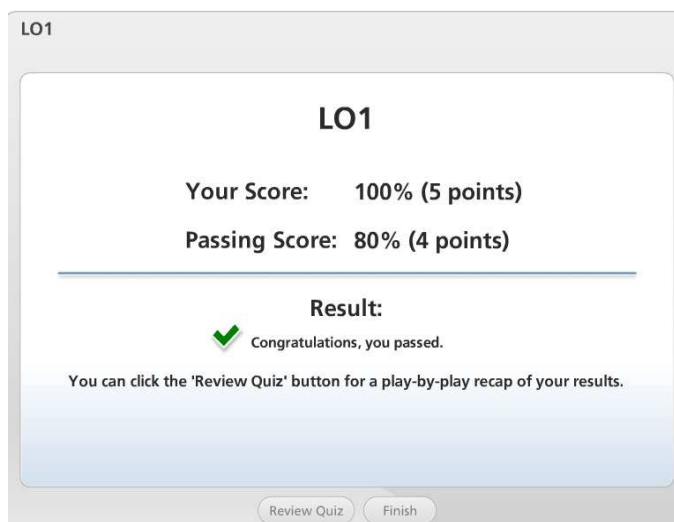


Figura 2.10 LO 1 (risultato quiz)

LO 2, LO3 e LO4 – TUTORIALE

Per i restanti Learning Object dell'unità didattica, che adottano la strategia del tutoriale, andiamo ad analizzare l'interfaccia di navigazione offerta da Articulate e utilizzata dall'autore. Come possiamo vedere dalla Figura 2.11, l'interfaccia visualizza in alto la barra del titolo del LO e della singola videata.

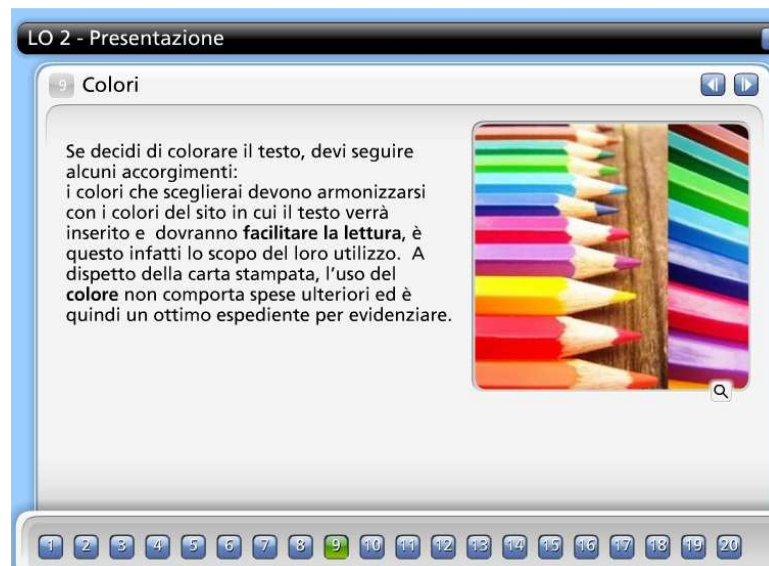


Figura 2.11 LO2,3,4 (tutoriale)

Al centro troviamo uno spazio bianco dedicato al testo e sulla destra affiancata l'immagine con la possibilità di visualizzazione con le dimensioni reali.

In alto a destra troviamo i comandi per l'audio e su tutta la linea orizzontale in basso troviamo la griglia con le videate che ci permette di saltare da una videata all'altra.

3. Scrivere i contenuti

Ultimata la mappatura dei contenuti col CDM-02, progettato il courseware-framework col CDM-03 e pianificata la natura multimediale dei Learning Object dell'unità didattica nel CDM-04; si passa ora alla preparazione dei materiali di testo che andranno inseriti all'interno dei vari LO. Uno dei problemi che l'ICD (*Instructional Content Designer*¹²) deve affrontare è quello che consiste nel trovare la migliore strategia di scrittura. Egli si chiede, infatti, se esistono delle modalità di stesura particolari che possono facilitare l'apprendimento dell'allievo.

Questa nuova fase della progettazione del corso introduce quindi il concetto di *Scripting didattico*, ossia l'insieme delle regole e degli accorgimenti che permettono di scrivere in maniera ottimale i testi destinati ad un corso e-learning.

Analizziamo velocemente i tratti salienti che caratterizzano la stesura di questi tipi di testo:

- Le unità didattiche che utilizzeranno i testi sono destinate alla fruizione dei corsi on-line e di conseguenza alla lettura su schermo che non offre una condizione di lettura ottimale. Risulta importante quindi curare gli aspetti che interessano la leggibilità dei testi.
- Il linguaggio deve avere uno stile semplice, vigoroso e diretto.
- I nostri LO presenteranno al loro interno una sorta di *metalinguaggio* attraverso il quale l'autore si rivolge direttamente all'allievo per consigliare le modalità di fruizione migliori per la navigazione all'interno dell'unità didattica.
- Il progettista deve essere in grado di strutturare i contenuti in maniera tale da permettere all'allievo di focalizzare in qualsiasi momento i concetti più rilevanti.

¹² ICD (*Instructional Content Designer*) : letteralmente "Progettista dei contenuti didattici", è la figura professionale che si occupa della progettazione dei contenuti destinati a un corso e-learning.

3.1 La scelta degli argomenti

Nelle fasi precedenti del work-flow si sono definiti gli oggetti da progettare, le interfacce, le strategie dei LO, ma soprattutto gli argomenti che verranno affrontati all'interno dell'unità didattica presa in considerazione.

CDM 05 Ver.7.0	Testi della unità didattica	
Corso: La scrittura e il Web	Modulo: n° 1	UD: n° 2
Titolo: <u>Diventare un Web Writer</u>		
Progettista: <u>Eugenio Santangelo</u>		

Figura 3. 1 Intestazione del CDM-05 su file .rtf o.doc

L'autore a questo punto è passato a sviluppare gli argomenti in testi già pronti per essere pubblicati all'interno del corso. Come possiamo vedere dalle fasi affrontate precedentemente, l'unità didattica sviluppata dall'autore, "*Diventare un Web-writer*", è stata pianificata in maniera tale da essere formata da 5 learning objects.

Di questi il primo e l'ultimo avranno lo scopo di verificare rispettivamente la conoscenza pregressa dell'allievo e l'apprendimento dopo la fruizione del corso; il secondo e il terzo affronteranno la tematica del Web-Writing e del Copywriting, con le informazioni necessarie sull'argomento e le regole compositive da apprendere; infine il quarto LO si occuperà della visibilità dei testi e quindi delle strategie di Search Engine Optimization.

Di seguito si analizza il processo di trasformazione dalla

- *conoscenza implicita* (la conoscenza contenuta nei libri o nelle guide)

alla

- *conoscenza esplicita* (la conoscenza contenuta nei Learning Object). Si definisce “esplicita” perchè grazie ai metatag i LO sono "comprensibili" sia all'uomo che alla macchina, e quindi rintracciabili da tutti quando servono.

3.1.1 Web-writing e Copywriting (LO2 , LO3)

Gli argomenti che vengono affrontati nel LO2 e nel LO3 offrono aspetti e argomenti di discussione vari e differenti.

Nel LO2 si inizia, nelle prime videate, a dare un'idea del fenomeno del web-writing e si affronta il problema della lettura su monitor, che è fondamentale per avere una consapevole visione dell'ambiente in cui si opera.

Si passa, successivamente alle domande fondamentali da porsi prima di cominciare la stesura di un testo per il web:

- **a chi mi riferisco?**
- **cosa voglio dire?**
- **qual è il modo migliore per dirlo?**

Poste queste premesse, si passano in rassegna le regole compositive utili per redigere un articolo per il web; quindi si danno indicazioni utili circa la formattazione del testo, l'uso dei colori, del font, della punteggiatura, degli acronimi, ecc ...

Nelle videate seguenti si mette in guardia l'allievo sulla questione del Copyright e in quelle finali si analizzano gli aspetti principali delle Landing Pages e si forniscono alcuni consigli per la loro scrittura.

Nel LO3 si va ad analizzare un testo scritto dall'autore durante l'esperienza del tirocinio. Seguendo le immagini a fianco che riportano l'articolo originale, l'autore giustifica tutte le sue scelte e le strategie adottate nella stesura dell'articolo.

I Learning Objects 2 e 3 si occupano fundamentalmente degli stessi temi, ma fanno uso di strategie differenti. Il LO2 usa la strategia del tutoriale, mentre il LO3 si propone come approfondimento e studio di un caso di web/copy-writing.

Anche se sfruttano lo stesso tipo di interfaccia, i testi inseriti al loro interno hanno uno stile decisamente diverso. Nel LO2 l'autore si serve di uno stile coerente alla strategia del tutoriale adottata, mentre nel LO3 il linguaggio è più diretto perché cerca di prendere per mano l'allievo nella lettura a fianco dell'articolo d'esempio.

Si riportano due esempi di scripting preparato per il CDM-05; il primo destinato al tutoriale del LO2 e il secondo destinato al LO3:

LO2, videata n° 8

“ La formattazione è uno degli elementi principali da considerare perché garantisce una buona usabilità del testo. Evidenziare alcune parole può servire a catturare l'attenzione dell'utente-lettore “frettoloso”. In questi casi è consigliabile usare il grassetto. Evitare di utilizzare testi sottolineati, che si confondono con i link, e il corsivo che è di difficile lettura su monitor. “

LO3, videata n° 5

“ Comunicati gli aspetti interessanti dell'evento, si passa ora a un elenco di questi cercando di evidenziare con il grassetto i nomi di personaggi famosi e i titoli di film che attirano l'utente che abbia anche una minima conoscenza dell'argomento. Viene inserita una foto di uno di questi personaggi cercando di carpire l'interesse dell'utente che stia solo sorvolando con lo sguardo l'articolo. “

3.1.2 Search Engine Optimization (LO4)

Il quarto Learning Object è quello che ha l'obiettivo di far apprendere all'allievo i principi base che regolano la visibilità di un dato testo, all'interno dello sterminato mondo di internet. Per SEO, acronimo di Search Engine Optimization, si intendono tutte quelle attività che hanno lo scopo di incrementare il volume di traffico di un sito

web e dargli maggiore visibilità fra i risultati dei motori di ricerca. Andiamo ad analizzare gli argomenti che l'autore ha dovuto *plasmare* per scrivere i testi che sono stati inseriti all'interno di questo LO.

I motori di ricerca scelgono i risultati basandosi sui contenuti, quindi bisogna pensare sempre a scrivere nel modo che maggiormente possa soddisfarli. Da qui nasce il concetto di “*seo copywriting*”, una tecnica di scrittura in grado di massimizzare la rilevanza degli articoli quando vengono analizzati dai motori di ricerca.

Quando si scrive per i motori di ricerca, però non si deve mai dimenticare che chi leggerà il contenuto sarà un utente in carne ed ossa. Bisogna quindi cercare, durante la stesura, un equilibrio tra i desideri dei motori di ricerca e quelli dell'utente.

In questo learning object si affrontano alcuni temi centrali della questione SEO. Vengono spiegati innanzitutto i meccanismi legati ai *Metatag*.

Le informazioni che includiamo nei materiali, in particolare nei file HTML, sono indirizzate essenzialmente a garantire e ad affinare la reperibilità dei nostri documenti nel vasto mondo delle informazioni presenti sul Web.

Essere in grado di scrivere i metatag è una delle competenze fondamentali di un web-writer.

Fra i metatag, i principali sono sicuramente il *Description* e il *Keywords* (ogni motore di ricerca utilizza criteri di selezioni differenti: Google ad esempio non usa le *Keywords* per scegliere i risultati ma per scartarli). Nel primo si inserisce una frase chiave che sintetizza il contenuto di tutta la pagina; nel secondo si inserisce una serie di parole chiave, che servono a ricondurre il motore di ricerca alla pagina quando viene cercata la parola presente nel metatag keywords del documento.

Un altro punto forte dell'ottimizzazione per i motori di ricerca risiede nel saper gestire tutte quelle parti del testo che vengono denominate *Microcontent*.

Il guru dell'usabilità, **Jakob Nielsen**¹³ con il termine "*microcontent*" indica i titoli, i sottotitoli, i link, le voci di indice di una pagina web, e i metatag.

Sono tutte piccole porzioni di testo che se scelte con accuratezza, servono ad attirare l'attenzione dell'utente e garantire alle pagine maggiore visibilità sui motori di ricerca.

Ultimo, ma non per importanza, concetto che lo scripting didattico dell'autore ha considerato è dedicato all'utilizzo mirato dei link all'interno dei testi destinati alla fruizione web.

L'uso esperto dei link, infatti, è una componente fondamentale della visibilità: è sempre consigliato creare link facili da individuare e distinguibili dal resto del testo.

Riportiamo di seguito un testo di una videata del LO4 contenuto all'interno del CDM-05 creato dall'autore.

LO 4, videata n° 4

“Il metatag description deve contenere una descrizione breve dei contenuti dell'intero testo. Molti motori di ricerca riportano il metatag description nella visualizzazione dei risultati . Il metatag Keywords contiene una serie di parole chiave che rappresentano il contenuto della pagina.

¹³ *Jakob Nielsen* : è un informatico danese considerato insieme a Donald Norman, Bruce Tognazzini e Jef Raskin un guru dell'usabilità. Insieme all'esperto dell'usabilità Donald Norman, è il fondatore della Nielsen Norman Group: una compagnia di consulenza sull'usabilità.

3.2 Le verifiche d'ingresso e in uscita (LO1 , LO5)

Per completare l'analisi dello scripting didattico progettato dall'autore, si passa ai learning objects che adottano la strategia del quiz, il LO1 e il LO5, rispettivamente verifica d'ingresso e verifica d'uscita.

L'interfaccia scelta dall'autore prevede 5 domande per il LO1 e 10 domande per il LO2. Per ogni videata l'allievo si troverà davanti una domanda e tre risposte selezionabili; di queste solo una è quella corretta.

All'interno del CDM-05 quindi si preparano le domande che siano pertinenti con i contenuti dell'unità didattica e siano egualmente divise fra gli argomenti affrontati nell' UD.

3.2.1 Domande a risposta multipla

Riportiamo di seguito un estratto dal CDM-05 dell'UD "*Diventare un Web-writer*" dai LO1 e LO5. La risposta corretta è evidenziata con un colore differente: quest'accorgimento è importante nel caso in cui chi prepara lo scripting didattico e chi inserisce le domande nel progetto multimediale siano due persone differenti.

LO 1, domanda n°1

Domanda 1: Stai scrivendo un testo breve per il sito di una famosa banca riguardo un nuovo tipo di prestito erogato. Devi informare l'utente circa le modalità generali del prestito e cercare di spingerlo a prendere informazioni più dettagliate seguendo il link allegato all' articolo. Come ti rivolgi all'utente?

- Usi un linguaggio formale. Vista la serietà dell'argomento e il prestigio della banca decidi di rivolgerti al lettore optando per il lei.
- Cerchi di porgerti in maniera molto formale e decidi di rivolgerti al lettore scegliendo il voi .Così fai capire al cliente l'importanza e il rispetto che la banca ripone nel cliente.

- Usi un linguaggio informale e opti per il tu. Un approccio informale e familiare infonderà una sensazione di fiducia nel lettore.

LO 5, domanda n°6

Domanda 6: Devi inserire un link all'interno del tuo testo. Che tipo di "ancora" usi ?

- Inserisci il link al click sulla parola chiave.
es. .. secondo il regolamento ..
- Inserisci il link associato a una indicazione esplicita
es. .. clicca qui per visualizzare il regolamento.
- Inserisci i link a fondo pagina e non all'interno dell'articolo.

4. Lo Story-Board

L'analisi dello sviluppo del work-flow giunge al termine con una delle fase finali della costruzione di un corso e-learning. Si avvia in questa fase il lavoro di *Story-boarding*

Lo story-board, letteralmente “ *tavola della storia* “ è lo strumento che attraverso l'affiancamento di testo, immagine e parlato dona senso ai learning objects: è il cuore del procedimento e lo strumento più importante della progettazione del corso.

Quando si produce lo story-board bisogna già avere in mente il corso in tutti i suoi momenti: è necessario immaginare come si vuole che avvenga l'interazione fra l'allievo e il corso, guardarlo attraverso i suoi occhi per fornire tutti gli strumenti necessari per favorire l'apprendimento a distanza.

Per ogni learning object si deve definire l'eventuale suddivisione in *CO* e *CF*.

- **CO** (content object): sottoinsiemi di sapere del LO.
- **CF** (content fragment): frammenti multimediali che compongono i LO.

Vengono elencati di seguito gli aspetti che fanno importante questa fase del processo di lavoro:

- è a tutti gli effetti il documento ufficiale per le dispute di produzione fra le varie figure professionali impiegate nella produzione di un corso e-learning;
- dona a tutto il team di collaboratori l'idea finale di tutto il corso;
- abbrevia sensibilmente i tempi di produzione e riducendo i costi permette di ottenere un prodotto più efficace;
- fa sì che nelle fasi successive non si guardi più ai vecchi CDM, ma che si possa far riferimento direttamente al CDM-06, che è una sorta di sintesi di tutte le fasi precedenti.

Apprese le caratteristiche generali e le dinamiche di costruzione di un CDM-06 si passa ad analizzare quello prodotto dall'autore per l'unità didattica “ *Diventare un web-writer*”.

 Committente Titolo UD o LO	TITOLAZIONE DEL CORSO <i>Pagina tutoriale tipo – LO2</i>
 <p>Immagine</p> <p>Audio: lettura del testo</p>	<p>Il concetto di Iper testo si basa sull'uso dei link. George Landow parla di "retorica della partenza e dell'arrivo": il testo del link deve farci capire chiaramente dove stiamo andando e farci trovare ciò che stavamo cercando. Si sconsiglia l'uso di link ancorati a parti di testo come "leggi qui" o "clicca qui" che non ci danno informazioni sul collegamento.</p>

Figura 4.1 CDM-06 di esempio – Tutoriale LO2


 Committente Il progetto di rete civica	TITOLAZIONE DEL CORSO <i>Pagina di analisi (Studio dei casi) – LO3</i>
	<p>Il primo paragrafo ci fornisce subito informazioni utili circa il luogo e la data dell'evento e cerca già di sottolineare l'importanza e il prestigio della rassegna in questione. In questo modo il lettore acquisisce delle informazioni fondamentali circa l'interesse che può riporre nel testo che seguirà. E' presente subito una foto che incuriosisce e rappresenta l'evento di cui si parla.</p>

Figura 4.2 CDM-06 di esempio – Studio dei casi LO3

 Committente Titolo UD o LO	TITOLAZIONE DEL CORSO <i>Pagina di verifica LO1 e LO5</i>
<p>Domanda 4: Devi inserire un link all'interno del tuo testo. Che tipo di "ancora" usi ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inserisci il link al click sulla parola chiave. es. ... secondo il <u>regolamento</u> .. - Inserisci il link associato a una indicazione esplicita es. ... <u>clicca qui</u> per visualizzare il regolamento. - Inserisci i link a fondo pagina e non all'interno dell'articolo. 	

Figura 4.3 CDM-06 di esempio – Verifiche LO1 , LO5

4.1 Testo scritto, immagine, audio

I learning objects progettati all'interno dell'unità didattica che è oggetto di questa relazione, presentano al loro interno diversi linguaggi con cui l'autore si rivolge all'allievo:

- **Testo**

- **Immagine**

- **Parlato**

Nell'utilizzo di queste tipologie di linguaggio, l'autore ha fatto attenzione affinché nessuno avesse maggiore rilevanza degli altri. Per far ciò, ha cercato di individuare il *topic* che legava l'intero LO, per sviluppare una sequenza di immagine, testo e audio che fossero equilibrati e coerentemente intersecati tra di loro.

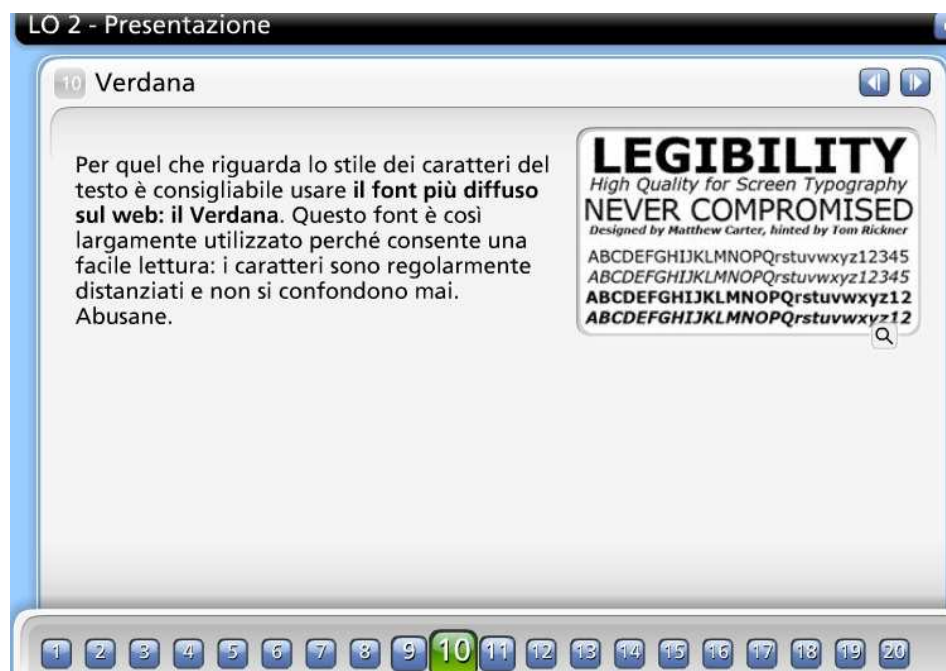


Figura 4.4 Videata dal LO2

Prendiamo come learning object d'esempio il LO2 (figura 5.1) che contiene tutti e tre i linguaggi sopra citati. Ad ogni videata l'allievo riceve stimoli visivi e sonori. Può concentrare la sua attenzione inizialmente sul testo scritto e contemporaneamente

sull'audio parlato, che ha l'obiettivo di rafforzare la lettura dell'allievo come fosse una lettura a voce alta.

Successivamente l'attenzione ricadrà sull'immagine, con la possibilità che questa possa essere ingrandita: l'immagine ha lo scopo di rafforzare quanto letto e ascoltato e ad aiutare a fissare nella memoria la videata appena esplorata.

5. Conclusioni

Al termine di questa relazione si passa a tirare le somme di quanto affrontato nella relazione.

La relazione ha fornito un quadro ampio del lavoro di costruzione del corso preso in esame, ma questo può essere più o meno universalizzato come lavoro “tipo” per la costruzione di un qualsiasi altro corso e-learning.

Nell’ultimo paragrafo si analizzano gli obiettivi che un ipotetico allievo, fruitore dell’unità didattica “Scrivere per il Web”, è stato in grado di raggiungere.

5.1 Obiettivi raggiunti

Elenchiamo di seguito le abilità e i concetti che, coerentemente a quanto preventivato dall’autore del corso, l’allievo deve aver fatto propri:

- L’allievo ha acquisito una consapevolezza più o meno matura, sulle differenze di “ambiente” che caratterizzano un testo on-line da un testo normale.
- E’ in grado di attuare una buona preparazione e progettazione dei testi; prima di passare alla scrittura, l’allievo ha imparato a concentrarsi sugli obiettivi che si propone di raggiungere col proprio articolo.
- E’ in grado di utilizzare con saggezza gli strumenti di formattazione fornitigli dagli strumenti di scrittura. Sa scegliere con cura le parole da evidenziare in grassetto, i colori e i font.
- Appresa la nozione di ipertesto, sa preparare testi con i link appropriati e i collegamenti più confacenti.
- E’ messo in guardia dalle regolamentazioni di Copyright che disciplinano la scrittura di testi per il web.

- Ha appreso le dinamiche del Copywriting ed è in grado di creare delle Landing Pages valide.
- Conosciute le dinamiche di Search Engine Optimization (S.E.O.) è in grado di utilizzare almeno le strategie elementari per l'ottimizzazione dei suoi testi. Ha fatto sua la capacità di migliorare, tramite un accurato uso dei metatag, la visibilità delle pagine nei motori di ricerca.

6. Bibliografia

- Marcello Giacomantonio, *Learning Object: Progettazione dei contenuti didattici per l'e-learning*, Ed. Carocci, Roma 2007
- Marcello Giacomantonio, *Un modello di eLearning per un corso universitario*, (in corso di pubblicazione presso F. Angeli – Editore in “*Comunicazione e processi di formazione: un approccio interdisciplinare*” a cura di D. Coppola e P. Nicolini)
- Donald A. Norman, *Le cose che ci fanno intelligenti*, Feltrinelli, Milano 1995
- Alessandro Lucchini, *E-learning e scrittura professionale*, 2004

6.1 Bibliografia siti web

- Guida Web Writing - HTML.IT
<http://webdesign.html.it/guide/leggi/49/guida-web-writing/>
- Web writing, dalla A alla Z
<http://www.mestierediscrivere.com/index.php/articolo/glossarioweb/>
- Servizi di Web Writing e Persuasive Copywriting – Realizzazione landing pages
<http://www.web2emotions.com/visibilita/motori-ricerca/landing-pages.htm>

- Scrivere per il web - Infotel Telematica S.r.l.
[http://www.infotel.it/file.html? id1=3& id2=0000000407.pdf](http://www.infotel.it/file.html?id1=3&id2=0000000407.pdf)

- Guida introduttiva di Google all'ottimizzazione per motori di ricerca (SEO)
<http://www.google.com/intl/it/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-it.pdf>