ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 3 - number 73 Wednesday 19 june 2019

Come scrivere un corso online con il giusto tono di voce?

Come evitare che mesi di lavoro per la preparazione di un corso online vadano in fumo perché si sceglie il tone of voice sbagliato? Ecco qualche consiglio utile.

Quando si pensa alla voce narrante nell'eLearning, si tende subito a pensare al voice-over ossia la voce che legge i contenuti formativi in forma di podcast o di presentazione. È evidente che bisogna scegliere la voce più adatta che mantenga viva l'attenzione dei discenti, ma se i contenuti sono scritti nel modo sbagliato neanche il miglior attore riuscirà nell'impresa. Prima di pensare alla voce fisica, quindi, è bene pensare a un altro tipo di voce, quello della scrittura dei contenuti. Vediamo come.

Perché è importante il tono di voce in un corso online

Un contenuto formativo, in aula oppure online, affronta un problema e comunica un messaggio che deve essere capito, interiorizzato e metabolizzato dai discenti. Per raggiungere questo scopo, il messaggio non può essere un semplice elenco delle cose da sapere e da fare, perché in poche lezioni è possibile perdere il coinvolgimento dello studente.

In una lezione frontale, il formatore può capire dagli sguardi persi e dall'inequivocabile linguaggio corporeo che qualcosa non va. Per porre rimedio può variare attività, usare lui stesso il linguaggio del corpo e un po' di umorismo per ricatturare l'attenzione dei discenti.

In un corso online non è possibile agire in tempo reale. È qui che interviene il tono di voce nella scrittura, un processo che va pianificato con cura. Possiamo definire il tono di voce come "un modo di parlare scrivendo" che permette al formatore di trasmettere emozioni, oltre alle nozioni. L'obiettivo, come sempre, è quello di rendere le informazioni significative per lo studente e coinvolgerlo in ogni fase del corso online.

Solo così, si ha la certezza che vengano raggiunti gli obiettivi formativi.

Analizzare i beneficiari di un corso online per decidere la voce narrante

La prima cosa da fare nella scrittura di un corso online è tenere a mente l'analisi del target e dei bisogni formativi che ogni formatore avrà sicuramente svolto in fase di progettazione del corso. In base al target si può decidere che tipo di tono usare per creare una connessione con gli studenti e adattare il proprio stile di scrittura di conseguenza. Con dei dirigenti d'azienda il tono sarà più professionale, mentre in un ideato appositamente per millenials o giovani nuovi assunti si può scegliere un tono più informale e rassicurante. Il tono varia in base all'età, la funzione ricoperta, gli interessi e il modo di apprendere dei discenti.

Esempi concreti che definiscono il tono di voce per un corso online

Come si imprime concretamente un tono di voce a un corso online? Ci sono dei piccoli accorgimenti che influenzano il tono di voce del corso e il modo in cui viene percepito dai corsisti:

- **L'uso del TU o del VOI**. Se il target opta per un corso personalizzato è meglio usare il tu invece del voi, mostrando chiaramente che ci si rivolge a una persona in particolare e non alla collettività.
- **Il lessico**. Se il target ha un alto profilo professionale è meglio rimanere sulla stessa lunghezza d'onda. Questo non vuol dire scegliere necessariamente un vocabolario ricercato: usare il verbo "fare" è quasi sempre meglio di usare il verbo "effettuare" e "vendere" è preferibile a "commercializzare".
- **Forma del verbo attiva o passiva**. Per entrare in empatia con i corsisti, indipendentemente dalla funzione che hanno, è sempre meglio usare delle forme attive. La forma passiva è vero che dà un senso di competenza, ma allo stesso tempo crea una distanza.

Lo scopo dell'eLearning non è forse quello di coinvolgere il target con situazioni che incontra nella reale vita lavorativa?

Il tono di voce nell'eLearning è fondamentale perché sostituisce la comunicazione non verbale e l'interazione che si hanno con un corso frontale. Per scegliere il giusto tono di voce per un corso online un formatore deve analizzare il proprio target e pianificare nei minimi dettagli il modo in cui rivolgersi ai discenti, le parole e i tempi verbali da usare. La forza di un corso online risiede nel coinvolgimento emotivo degli studenti su contenuti utili, di facile comprensione e strettamente legati ai propri interessi. Ecco perché il tono di voce è così importante.