ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 7 - number 242 Wednesday 12 April 2023

E-learning e social media: i consigli per usare LinkedIn

LinkedIn ha investito molto nell'e-learning, creando anche una piattaforma apposita. Scopriamo vantaggi e strategie per l'utilizzo di LinkedIn in ambito formativo.

La rivoluzione tecnologica ha invaso le vite di milioni di persone, modificando la loro quotidianità. È ciò che è accaduto negli ultimi decenni, accompagnati da un cambiamento in continuo progredire, che ha fornito e ancora dà all'uomo strumenti sempre nuovi per poter gestire la comunicazione, la socialità, il lavoro e la formazione. Dalla comunicazione, alla condivisione di immagini e fotografie, fino alle attività di formazione e ai corsi lavorativi, la **vita digitale** ha assunto un peso sempre più importante e, in alcuni casi, ha scalzato le attività in presenza. In questo contesto digitale, uno degli strumenti principalmente utilizzati dalle persone è risultato essere quello dei **social media**, diventati ormai fondamentali se non indispensabili nella vita quotidiana. Per questo, può rappresentare un vantaggio significativo la capacità di sfruttare il potere dei social media anche nell'**e-learning**, per migliorare la diffusione dei corsi online e creare una comunità digitale di appartenenza.

Cosa sono i social media?

Con **social media** si indica una tecnologia digitale, che permette ai propri utenti di condividere tra loro impressioni e pensieri sotto forma di testo, immagine o video. Grazie alla possibilità che offrono i social di connettere persone anche molto lontane fisicamente, essi formano una **rete di condivisione**, che attraversa tutto il mondo. L'arrivo dei social ha introdotto un cambiamento drastico, che ha coinvolto l'aspetto di socializzazione e di comunicazione, sconvolgendo lo spazio e il tempo.

I social, infatti, permettono ai propri utenti di comunicare tra loro in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo, perché le distanze spaziali e temporali vengono annullate completamente. Ma la rivoluzione social riguarda anche altri aspetti della vita quotidiana. Con l'arrivo di Facebook, Instagram e Twitter è cambiato anche il modo in cui le persone leggono, si informano e apprendono, perché questi strumenti le hanno abituate a una modalità di sintesi dei contenuti e a una velocità di scambio prima impossibile.

I social media sono ormai moltissimi, ma possiamo riconoscerne cinque tra quelli maggiormente conosciuti e diffusi nel mondo:

1. **Facebook**, creato nel 2004 e diventata una piattaforma da miliardi di utenti. Questo social, uno dei più conosciuti, permette ai propri iscritti di condividere brevi testi, immagini, video, articoli di giornale e di comunicare anche via chat con altre persone. Dopo essersi registrato gratuitamente, l'utente può personalizzare il proprio profilo, aggiungendo la propria foto o ulteriori informazioni di carattere personale. È possibile, inoltre, collegarsi ad altre persone, chiamate "amici", per poter far crescere la propria rete. Gli utenti possono anche unirsi a gruppi, o crearne di nuovi, per condividere interessi in comune, scambiarsi informazioni di lavoro o partecipare a corsi di formazione.
2. **Instagram**, lanciato nel 2010, è nato come il social delle fotografie, perché si basa sulla condivisione di immagini. Col tempo, le varie modifiche hanno permesso agli utenti di compiere altre azioni: dallo scatto di fotografie, all'applicazione dei filtri, fino alla condivisione di brevi video. Inoltre, la funzione delle "storie" consente di condividere un contenuto per un periodo di tempo limitato.
3. **YouTube**, una piattaforma fondata nel 2005, consente agli iscritti di pubblicare video e contenuti multimediali, che chiunque può visualizzare. Una volta pubblicati su YouTube, i video possono essere condivisi su altri social media.
4. **LinkedIn**, il social professionale, si focalizza principalmente sulla diffusione di contenuti specifici relativi al mondo del lavoro e sulla creazione di una rete professionale. Questa piattaforma è spesso usata da chi è alla ricerca di un lavoro, che può far conoscere il proprio curriculum, e da chi intende pubblicizzare e far conoscere la propria azienda. LinkedIn permette di sviluppare contatti professionale, grazie alla connessione con altre persone impegnate nel proprio ambito lavorativi o in ambiti affini, per creare una rete di lavoro.

Social media ed e-learning

Questi social possono essere una risorsa importante nell'ambito dell'e-learning. La loro capacità di avvicinare gli studenti tra loro e con gli insegnanti permette la condivisione di idee, opinioni e la discussione come se il corso si svolgesse in presenza. Inoltre, i social rappresentano il modo più semplice e veloce che hanno gli alunni per raggiungere gli istruttori dei corsi e chiarire i propri dubbi.

Ma quali sono le azioni che i creatori dei corsi online possono attuare con i social media? Ecco alcuni esempi:

1. Creare dei **gruppi online** per condividere i contenuti del corso, fornire materiali di approfondimento sotto forma di testo, video o immagini.
2. Incoraggiare gli studenti a partecipare a **discussioni di gruppo**, creando degli appositi spazi virtuali a loro destinati.
3. Creare una pagina in cui condividere i **progressi** degli studenti e aggiornare sull'andamento del corso e sulle eventuali novità.
4. Usare i social per indire **concorsi o sfide**, che stimolino l'attenzione degli utenti e la voglia di mettersi in gioco, così da fornire una possibilità di apprendimento sempre nuova.
5. **Condividere** con i propri studenti video e immagini relative alle lezioni o di approfondimento.
6. **Promuovere i corsi online**, grazie alla vetrina che i social media offrono, avendo il grande vantaggio di poter raggiungere un pubblico vastissimo.

I social sono una grande risorsa non solo per i creatori di corsi online, ma anche per gli utenti. Questi strumenti digitali, infatti, danno la possibilità agli studenti di contattare direttamente i propri docenti per chiedere chiarimenti e porre domande. Facebook, Instagram e LinkedIn, infatti, dispongono di un servizio di chat, che permette agli utenti di comunicare tra loro in privato. Inoltre, gli alunni possono produrre contenuti inerenti al corso, per poi condividerli con i propri colleghi o con l'insegnante. Infine, i social media sono utili anche per commentare le lezioni, fornire **feedback** al creatore del corso e condividere la propria esperienza.

Oggi, l'utilizzo dei social nell'ambito dell'e-learning è un'opportunità fondamentale, se non necessaria, dato che quasi ogni studente oggi vanta anche una presenza digitale. Gli adulti, e soprattutto i giovani, sono abituati a usare i social media per raccogliere informazioni, condividere opinioni e comunicare con gli altri. Per questo, incorporare questi strumenti nell'e-learning può avere un impatto positivo sia sugli studenti che sui creatori dei corsi online.

I vantaggi

Social media ed e-learning sta diventando, quindi, un'unione importante. Il loro utilizzo nell'apprendimento digitale offre anche diversi vantaggi:

1. **Unisce** gli studenti grazie ai gruppi online, che danno loro la possibilità di mantenersi in contatto e condividere impressioni e opinioni sul corso e non solo. In questo modo si crea un senso di appartenenza ad una comunità online, che fornisce supporto ai propri membri, senza farli sentire soli nel percorso di apprendimento e incoraggiandoli a proseguire anche di fronte alle fatiche didattico-emotive. L'essenza di un contatto in presenza rende preziosi i gruppi web di studenti, uno spazio dove gli utenti possono condividere opinioni e commenti, aiutarsi a vicenda e creare una rete di interazione viva e continua. I gruppi web aiutano anche l'organizzatore del corso e il docente a comprendere meglio le esigenze degli studenti.
2. Permette di **contattare** in modo semplice e veloce le persone. In assenza di un confronto faccia a faccia, potersi rivolgere al docente o ad altri studenti diventa fondamentale, ma non sempre è un passaggio facile e immediato. L'uso dei social media nell'e-learning, al contrario, rappresenta un modo veloce e semplice per raggiungere gli altri utenti o l'insegnante e porre loro domande, esprimere i propri dubbi e comunicare. I social, infatti, sono dotati di funzioni di messaggistica privata e permettono la condivisione di contenuti con tutti gli utenti, così da raggiungere in modo rapido i partecipanti al corso. Non solo: grazie ad alcune funzioni "live", i social consentono di pubblicare video in tempo reale, rispondendo istantaneamente alle eventuali domande.
3. Mette al centro lo **studente**. La flessibilità dei social media, infatti, garantisce una maggior libertà all'allievo, che può scegliere in quale momento accedere ai contenuti, a prescindere da dove si trovi. L'accesso ai social, infatti, può avvenire dai dispositivi mobili, il che rende possibile la connessione da qualsiasi luogo, senza la necessità di essere legati ad un posto fisico. La creazione di gruppi di studenti sui social aumenta anche il tempo di interazione, che

nell'apprendimento tradizionale è limitato al tempo trascorso in classe.

4. **Facilita l'accesso** al corso. Quasi tutti gli studenti, infatti, sono già iscritti ai social media più popolari ancora prima dell'accesso al corso online. Lo stesso principio vale per i docenti. Per questo, lo scambio didattico può avvenire con più facilità, senza la necessità di utilizzare un'altra piattaforma dedicata, ma continuando a servirsi di strumenti già utilizzati, dando loro una nuova luce e una funzione educativa.

Come usare Linkedin nell'e-learning

Tra i vari social media, quello che ha maggiormente investito nell'ambito dell'e-learning è **LinkedIn**, che ha creato una piattaforma online apposita. Si tratta di LinkedIn Learning, che permette ai propri utenti di accedere a corsi di formazione in formato audio e video, tenuti da docenti. L'utente può definire una **formazione personalizzata**, accedendo ai corsi che meglio si adeguano alle proprie esigenze e necessità. Per fare in modo che l'uso di LinkedIn sia efficace nell'apprendimento, i creatori dei corsi possono affidarsi ad alcune **strategie**:

1. Crea un **titolo** accattivante, che possa attrarre gli utenti e che indichi la professionalità del corso. Il titolo, infatti, è il primo passo per agganciare le persone interessate a una formazione professionale. Per questo, deve essere breve e incisivo, contenendo le parole chiare che definiscano correttamente gli obiettivi delle lezioni e i risultati che possono essere raggiunti al termine della partecipazione.
2. Crea **gruppi** diversi per discutere di vari argomenti. In questo modo, il confronto si può concentrare solamente su un aspetto, permettendo di valutare e risolvere eventuali problemi in modo più specifico.
3. Crea un **profilo efficace**. Il profilo LinkedIn è la prima vetrina che l'utente guarda, per questo è necessaria mettere in luce le proprie capacità professionali, i contatti, le esperienze, il nome e i dettagli di carattere educativo e formativo. Se viene creato un profilo adeguato e accattivante, sarà più facile promuovere i propri corsi online.
4. Usa **linee guida** per orientare i propri studenti. Per sentirsi sicuro, l'utente ha bisogno di seguire alcuni passaggi chiari e costanti, percorrendo la strada tracciata dal creatore del corso. La presenza di linee guida, però, deve alternarsi a una flessibilità e a una libertà di discussione online, che stimolino lo studente e mantengono sempre viva la sua attenzione.
5. Fai un **riepilogo del corso** accattivante, utilizzando domande e risposte per rendere la lettura più facile e dinamica. Per attirare i potenziali studenti, il riassunto del corso deve essere preciso e specifico, così da dare un'idea corretta delle lezioni, e deve contenere informazioni interessanti.
6. Partecipa alle discussioni online e **mostrati attivo** sul social media, così da ottenere maggiore visibilità tra gli utenti e promuovere i propri corsi online.