ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 2 - number 7 Wednesday 10 january 2018

# Il giusto mix tra motivazione intrinseca e motivazione estrinseca nell'apprendimento online

***Che differenze ci sono tra motivazione intrinseca e estrinseca? Come combinarle al meglio nell'apprendimento online?***

Per raggiungere i suoi obiettivi, la formazione eLearning deve suscitare interesse nel discente, coinvolgendolo in modo profondo e quanto più duraturo.
In prima battuta, il coinvolgimento dei discenti si può misurare con i tassi di accesso al corso e di completamento della formazione, ma andiamo più a fondo e chiediamoci: "Gli studenti apprezzano il corso e acquisiscono nuove competenze? La qualità della formazione è tale da giustificare lo sforzo del discente? Se la risposta è no, probabilmente non abbiamo dato loro la motivazione di cui hanno bisogno."

La motivazione è il movente del comportamento. Se non siamo motivati a seguire un corso non lo seguiamo o, in caso fossimo obbligati, lo seguiamo male.
**Esistono due tipi di motivazione: la motivazione estrinseca e la motivazione intrinseca**.

La prima è sostenuta da rinforzi esterni (premi, denaro, vantaggi, riconoscimenti, evitamento di conseguenze spiacevoli). "In termini di apprendimento aziendale, gli studenti potrebbero non apprezzare il processo di apprendimento di nuove nozioni, ma la prospettiva di un aumento di stipendio li spinge a continuare."

La seconda porta ad intraprendere un'attività perché intrinsecamente motivante: l'individuo si impegna in un'attività perché lo diverte, lo sfida, lo realizza o soddisfa la sua curiosità. In questo caso, nutriamo un genuino desiderio di portare avanti l'attività, non influenzati da premi o punizioni esterne.
Nell'apprendimento, la motivazione intrinseca porta a risultati migliori e più duraturi. Purtroppo non è così semplice fare apprezzare agli studenti i nostri corsi, tanto che la maggior parte dei formatori online mira all'attivazione della sola motivazione estrinseca, meno complicata da attivare.

In un esperimento, lo psicologo Edward Deci ha monitorato 24 studenti impegnati in un'attività ludica. Gli studenti sono stati divisi in 2 gruppi ed ogni gruppo ha risolto 3 puzzles all'interno di altrettante sessioni. Durante la seconda sessione, il gruppo test è stato pagato un dollaro per ogni puzzle risolto, mentre il gruppo di controllo non ha ricevuto alcuna ricompensa economica.
I risultati? Posta la possibilità di fare una pausa, i partecipanti al gruppo di controllo continuerebbero con piacere a giocare, per loro puro divertimento. Il gruppo test, invece, ha smesso di giocare non appena la ricompensa monetaria è venuta meno. Quindi, questi risultati mostrano che, seppure il gioco fosse ugualmente coinvolgente, l'aggiunta di una ricompensa estrinseca riduce la motivazione intrinseca.

**La motivazione estrinseca nell'apprendimento online**

Negli ultimi vent'anni, la formazione ha preso più seriamente la questione del coinvolgimento degli studenti: ciò ha portato un'esplosione a soluzioni innovative da parte dei fornitori di tecnologie di apprendimento, introducendo concetti come la gamification.
Diversi studi dimostrano che le meccaniche di gioco (come medaglie, livelli e classifiche) hanno un impatto positivo sull'impegno degli studenti nel completamento di un corso. Tuttavia, non mancano i pareri critici: alcuni sostengono che la gamification crei solo motivazione estrinseca. Secondo loro, gli studenti sono spinti a completare il compito in vista di un riconoscimento, non per la soddisfazione data dall'acquisizione di nuove conoscenze e abilità e questo non può sostenere un impegno a lungo termine

**La gamification può essere un potente motivatore, ma solo quando viene utilizzato come parte di una solida strategia di coinvolgimento.**

Se un'iniziativa di gamification non riesce a dare risultati può essere dovuto alla mancata considerazione delle esigenze dell'organizzazione e degli studenti: non c'è un buon collegamento tra benefici estrinseci (classifiche) e vantaggio intrinseco (es. soddisfazione personale).
Senza significato la gamification è poco più di un riconoscimento virtuale; per costruire una gamification efficace bisogna immergere lo studente in una narrazione costruita sulla base dei valori aziendali, una narrazione che lo coinvolga utilizzando i principi della cultura organizzativa che conosce ed accetta e che lo uniscono alla sua azienda.
"L'apporto di significato garantisce che la motivazione estrinseca e intrinseca si completino a vicenda e operino in armonia per sostenere l'impegno e incoraggiare il cambiamento del comportamento. Ad esempio, un semplice riconoscimento virtuale non spingerà gli studenti a condividere le proprie conoscenze. Se la piattaforma di apprendimento celebra questi comportamenti e sottolinea l'impatto che la conoscenza di un individuo può avere sull'intera organizzazione, gli studenti saranno coinvolti, diverranno autori del programma di formazione."

Leggi l'articolo completo...