



Formazione I NUOVI FORMAT DI TRASMISSIONE DEL SAPERE

UNA TECNOLOGIA SEMPRE PIÙ PERVASIVA
HA STRAVOLTO I PARADIGMI
DELL'APPRENDIMENTO. CHE OGGI
È COLLABORATIVO, INTERATTIVO
E NON GERARCHICO. IN UNA PAROLA: SOCIAL.
COME DIMOSTRA UNA RICERCA DEL CETIF
SULL'EVOLUZIONE DEI MODELLI FORMATIVI

di LAURA SERVIDIO

La formazione, oggi, può diventare un'opportunità per consentire alle aziende di ritornare competitive. A patto che queste ripensino i paradigmi, gli strumenti e i metodi di valutazione dell'apprendimento, favorendo l'adozione di sistemi di *social learning* e fungendo da *community manager* nella gestione della conoscenza.

Questa la sintesi di una ricerca svolta dal competence centre del **Cetif**, *Nuovi paradigmi della formazione per il settore finanziario*, secondo cui risorse capaci di anticipare e reagire alle sfide rappresentano un'importante leva di investimento e crescita per l'azienda.

L'attenzione riservata al fenomeno del social learning è molto alta, per la necessità da un lato di ripensare le logiche formative del *distance learning* non sempre efficaci e dall'altro per la necessità di intercettare nuove modalità gestionali per i nativi digitali. L'apprendimento acquisisce valenza sociale, collaborativa e interattiva; le informazioni non sono più riconosciute come gerarchiche, ma il frutto di cogenerazione; e i formati immersivi reperibili ed efficaci sono l'obiettivo da privilegiare nella progettazione e produzione di contenuti formativi.

IL MODELLO 70:20:10

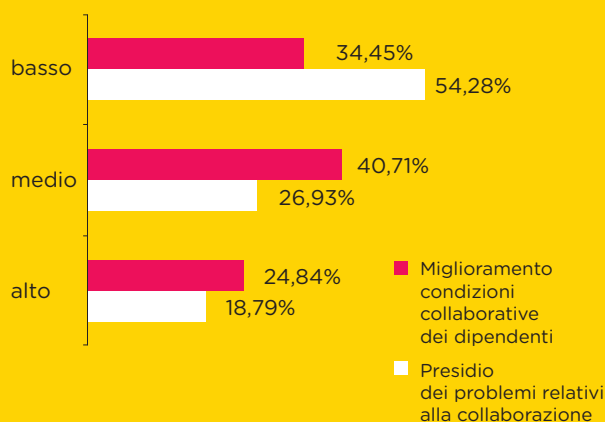
L'implementazione di piattaforme di *social networking* contribuisce all'attuazione del modello 70:20:10, dove il 70% proviene da esperienze dirette, il 20% dalla for-

SOCIAL, MA NON TROPPO

In termini di utilizzo, dalla ricerca emerge che il 65,7% del campione fa uso di strumenti social per scopi personali almeno una volta alla settimana, ma solo il 25%, e meno di una volta a settimana, lo fa per motivi professionali.

Uno sforzo ulteriore è chiesto alla funzione Hr (human resources) in termini di presidio di alcuni temi, soprattutto per quanto riguarda la *collaboration* aziendale: oltre il 30% afferma che la funzione risorse umane non contribuisce attivamente al miglioramento delle condizioni collaborative dei dipendenti; tuttavia, più del 60% del panel ritiene che la propria organizzazione apprenda, in modo continuativo, attraverso l'elaborazione delle informazioni e dei cambiamenti di tipo tecnologico, culturale e sociale degli ambienti esterni in cui opera. Riguardo all'efficacia formativa percepita, non è l'impiego degli strumenti social che consente di registrare delle differenze in termini di efficacia formativa percepita, quanto la facilità con cui queste tecnologie possono essere usate e l'utilità che ne deriva dalla loro fruizione.

RUOLO DELLE HR NELLO SVILUPPO DELLA SOCIAL COLLABORATION



Fonte: Cetif

mazione informale e il 10% da quella strutturata. Nello specifico, l'esperienza *on-the-job* (70%), grazie a un enterprise social network, può essere facilitata attraverso la condivisione di esperienze personali con l'intera community; la formazione informale (20%) beneficia dell'estensione della rete personale consentendo alle pratiche virtuose di circolare al di fuori dei singoli dipartimenti; la formazione formale (10%) può essere resa disponibile grazie a un sistema di gestione dei *passaporti formativi individuali*.

COINVOLGERE LE RISORSE

La vera sfida, quando si parla di social learning nel contesto aziendale è quella di coinvolgere attivamente il personale nell'utilizzo degli strumenti di social enterprise. Non è detto che la propensione alla comunicazione che si osserva in rete abbia la stessa velocità di propagazione all'interno di un'azienda con un'organizzazione formale: confini, procedure e gerarchie creano presupposti diversi da quelli che si affermano al suo esterno. È sicuramente questo l'aspetto più impegnativo, ma anche più premiante: la conoscenza aziendale è un asset il cui valore è direttamente proporzionale alla velocità della sua trasmissione e l'azienda che giunge in ritardo a questa consapevolezza, a maggior ragione in un contesto globale, rischia di rimanerne penalizzata in termini competitivi.