

La motivation – facteur de l’acquisition des savoirs académiques et professionnels

Larisa DODU-GUGEA¹
Valentina DAMIAN²

Résumé

Dans le présent article nous nous proposons d’étudier et d’analyser le rôle de la motivation des étudiants dans la formation professionnelle et, plus particulièrement, la formation économique.

Nous envisageons de mettre en relation la maîtrise de la langue française et la motivation, comme facteur de l’acquisition des savoirs académiques, de présenter les compétences langagières comme une des conditions d’accès direct aux sources des valeurs de la culture professionnelle étrangère et, implicitement, à la spécialisation, à la formation et au renforcement des capacités de communication dans le domaine économique.

Parmi les facteurs déclencheurs influençant la performance des apprenants, la motivation occupe une place importante, étant une condition nécessaire à l’efficacité du processus acquisitionnel.

Le rôle des disciplines économiques et des cours de langue française dans la formation des étudiants sera abordé dans notre article par le prisme des théories d’Abraham Maslow, de Frederick Herzberg et d’autres spécialistes sur la motivation en général et appliquées en particulier au domaine économique.

D’après ces théories, l’élément clé de la réussite de l’activité d’une organisation ou d’une entreprise est la motivation de l’individu. Dans le monde globalisé, toujours plus compétitif, les entreprises se doivent de compter dans leurs rangs des employés loyaux, épanouis et, surtout, motivés. Un personnel motivé se caractérise par une productivité élevée, un travail de haute qualité, le sens de l’urgence qui lui permet de gérer des situations de stress accru et une plus grande implication personnelle dans le travail.

Mots-clés : *motivation, acquisition, savoir académique, performance, globalisation.*

¹ Maître de conférences, docteur en économie, Département des Relations Économiques Internationales, Académie d’Études Économiques de Moldova. dodu_gugea@yahoo.com

² Chargée de cours, Département des Langues Vivantes des Affaires, Académie d’Études Économiques de Moldova. damianvna@yahoo.fr

« Motivés, motivés
Il faut rester motivés !
Motivés, motivés
Il faut se motiver ! »
Chante ZEBDA

1. Introduction

La plupart des chercheurs qui s'intéressent à l'importance de la motivation pour l'acquisition des savoirs semblent être d'accord sur le fait que la motivation est un facteur très important pour réussir à l'université (ou ailleurs) mais que ce n'est pas le seul. Pour les professeurs de l'université la question de l'acquisition des savoirs fondamentaux et des compétences par les étudiants du premier et du deuxième cycle est essentielle. Dans ce sens, nous devons nous interroger sur l'existence des facteurs qui permettent, d'une part, aux étudiants d'acquérir des connaissances stables et, d'autre part, d'atteindre les objectifs de notre enseignement. Parmi les facteurs déclencheurs influençant la performance des apprenants, la motivation occupe une place importante, étant une condition nécessaire à l'efficacité du processus professionnel d'acquisition.

La motivation de l'apprentissage a fait l'objet de nombreuses études, essentiellement dans le milieu universitaire. Ces études ont été menées selon différentes approches théoriques. Les travaux récents sur la motivation suivent tous une approche sociocognitive, considérant que le comportement humain est dirigé par des facteurs internes trouvant leur origine dans l'environnement. Ainsi, selon l'approche sociocognitive de l'apprentissage, la motivation de l'étudiant est principalement influencée par ses perceptions.

La motivation a des effets appréciables sur le développement physique, émotionnel, comportemental et cognitif des étudiants et des enseignants. Elle joue un rôle important dans le cheminement des étudiants, leurs émotions, leurs apprentissages et leur réussite et persévérance académiques (Wentzel, Wigfield, 2009 :134). Pour les enseignants, la motivation est associée à des pratiques pédagogiques centrées davantage sur les besoins de l'étudiant à un degré d'épuisement moindre et à une plus grande assiduité au travail.

2. Aspects théoriques de la motivation

Dans un organisme vivant, la **motivation** est la composante ou le processus qui règle son engagement pour une activité précise. Elle en détermine l'orientation dans une certaine direction avec l'intensité souhaitée et en assure la prolongation jusqu'à l'aboutissement ou l'interruption. Cette notion se distingue du dynamisme, de l'énergie ou du fait d'être actif. La motivation prend de nos jours une place de premier plan dans les universités ou dans les entreprises. Pour le sens commun, la motivation constitue "ce qui pousse à l'action", c'est-à-dire "l'ensemble des motifs qui expliquent un acte" (www.larousse.fr).

La motivation est le terme utilisé pour décrire ces processus, instinctifs et rationnels, par lesquels les gens cherchent à satisfaire leurs désirs de base, leurs besoins et objectifs personnels qui déclenchent le comportement humain (Gerald A. Cole, 2006 : 456).

La « motivation » est « l'ensemble des facteurs dynamiques qui orientent l'action d'un individu vers un but donné, qui déterminent sa conduite et provoquent chez lui un comportement donné ou modifient le schéma de son comportement présent » (<http://www.cnrtl.fr>).

La motivation – processus de formation du comportement et de l'activité de l'employé qui le détermine à agir pour accomplir les objectifs de l'entreprise. Le manque de motivation est un problème pour l'ensemble du monde du travail, salariés du public et du privé. La motivation est déterminante pour la productivité chez les employés. Il existe des individus qui travaillent au maximum de leurs possibilités sans avoir besoin d'être stimulés. Pour eux, travailler, c'est une vocation. Mais la plupart des autres doivent être encouragés (Kotler, Dubois, 2004: 701).

Selon Vallerand et Thill (1993), « le concept de motivation représente le construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et/ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement ». Si nous utilisons cette définition pour répondre à notre question, il est possible de dire qu'un apprenant distrait, qui se met à écouter ce que dit l'enseignant, est motivé dans la mesure où cela déclenche un comportement. Un apprenant motivé qui planifie une stratégie d'apprentissage dirige son comportement en fonction de cet apprentissage. L'apprenant qui produit à un moment donné un effort important pour apprendre un cours montre encore une fois qu'il est motivé.

Enfin, l'apprenant qui produit cet effort d'apprentissage régulièrement se montre persistant et donc motivé (Vallerand , Thill, 1993 : 414).

3. Les théories motivationnelles

La théorie de la hiérarchie des besoins d'Abraham Maslow (1943)

La pyramide de Maslow est constituée de 5 niveaux de besoins comme suit :

- Besoins physiologiques (nourriture, eau, repas, vêtements);
- Besoins de sécurité (bonnes conditions de travail, sécurité de l'emploi, assurances sociales);
- Besoins d'appartenance (travail de groupe, cohésion de l'équipe, dialogues possibles);
- Besoins d'estime de soi (reconnaissance morale, récompenses, promotion);
- Besoin d'autoréalisation (délégation de pouvoir).



Figure 1. La pyramide de Maslow

Abraham Maslow a établi une règle de priorité concernant les besoins, les désirs et les motivations. La pyramide de Maslow sert à les identifier et à les hiérarchiser. Cet outil offre une base de réflexion permettant de positionner les personnes et les objets, et par cela, il est ainsi un instrument pratique de réflexion dans le monde des affaires. Cette hiérarchie issue de la pyramide de Maslow s'adapte à chaque environnement spécifique et les 5 niveaux de besoins deviennent plus ou moins importants.

La théorie ESC d'Alderfer. Théorie de motivation (connue en anglais sous le nom de « ERG Theory »), qui est basée sur trois facteurs : l'existence, la croissance et la sociabilité. Elle est utilisée en gestion pour faciliter le travail des spécialistes en ressources humaines.

Existence. Le besoin d'existence se traduit par les deux catégories de base de la Pyramide des besoins de Maslow: la sécurité et les besoins physiologiques. Ce facteur est influencé, en milieu de travail, par la rémunération et les conditions de travail principalement. Une fois ces facteurs contrôlés, les gestionnaires verront leurs employés plus motivés et plus accomplis.

Sociabilité. L'être humain a besoin d'amour et d'appartenance. Il ressent le besoin d'être associé avec d'autres personnes. Il a besoin d'interaction et de se faire reconnaître au sein d'un groupe.

Croissance. L'être humain a besoin de s'épanouir. Il doit faire preuve d'ambition pour pouvoir accomplir de nouvelles choses et grandir en tant qu'individu. En se fixant des objectifs et en les réalisant, il se sent comme une personne plus épanouie.

La théorie des deux facteurs d'Herzberg. Frederick Herzberg distingue deux types de besoins: ceux qui sont propres à tous les êtres vivants (facteurs d'hygiène) et ceux qui sont particuliers à l'homme (facteurs internes). Pour Herzberg, la motivation varie selon des facteurs internes mais la démotivation influe selon les facteurs externes qu'il appelle facteurs d'hygiène, ainsi, la motivation n'est possible qu'en cas de la hausse des facteurs internes, appelés aussi intrinsèques. (Cf. figure 2).

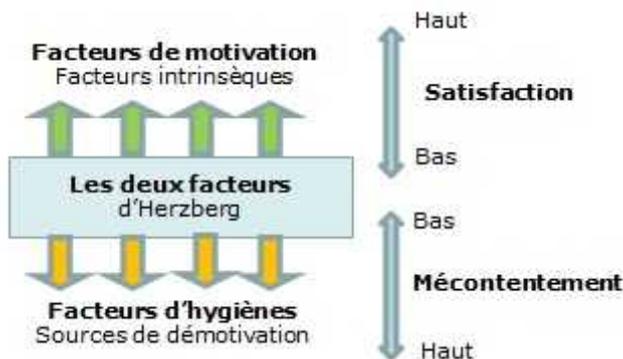


Figure 2. Les facteurs de Herzberg

Herzberg a montré, en particulier, que la seule rémunération ne faisait pas tout et que le contenu du travail, la reconnaissance et les possibilités de réussite étaient autant de facteurs de motivation à prendre en compte. Le grand apport de cette théorie, « parmi les travaux les plus classiques », est qu'elle montre que la motivation peut être influencée par des facteurs externes, appelés extrinsèques. Pour Herzberg, la motivation varie selon des facteurs internes, mais la démotivation influe selon les facteurs externes, qu'il appelle facteurs d'hygiène.

D'après Fabien Fenouillet, docteur et maître de conférences en sciences de l'éducation, la motivation à apprendre ou à se former sera d'autant plus efficace si elle est liée à la notion de plaisir c'est-à-dire attachée à une motivation intrinsèque, plutôt que liée à la notion d'utilité, c'est-à-dire attachée à une motivation extrinsèque (Fenouillet, 2012 : 328).

Par ailleurs, il peut s'avérer pertinent de tenir compte des représentations liées aux disciplines ou contenus traités par les apprenants (personnes en cours d'apprentissage). En effet, apprendre n'est pas une activité psychologiquement neutre. Chaque personne en fonction de ses succès, échecs, voire, traumatismes passés pourra aborder l'apprentissage d'une discipline avec un *a priori* positif ou négatif.

La théorie du besoin de réalisation de McClelland (1961)

David McClelland fait ressortir trois types de besoins se trouvant au sommet de la pyramide de Maslow, constitutifs de la motivation au travail :

1. Les besoins de réalisation : ceci renvoie à l'envie de réussir (Accomplissement) ;
2. Les besoins de pouvoir : ceci renvoie à vouloir avoir de l'influence sur autrui ;
3. Les besoins d'affiliation : ceci renvoie au besoin de relations sociales satisfaisantes.

Ainsi, ces trois facteurs semblent avoir comme objectif de montrer que « la volonté de réussir est une auto-motivation puissante ».

La théorie des caractéristiques de la tâche (1968)

Pour Hackman, chercheur à son origine, il y a cinq facteurs influençant la motivation :

1. La variété des tâches (V) ;

2. Les tâches pouvant être réalisées entièrement (I pour identité) ;
3. La signification des tâches (S) ;
4. L'autonomie individuelle (A) ;
5. Un retour sur ses activités (F pour feedback).

Hackman et Oldham proposent une formule afin de calculer un score de motivation :

$$\text{Score} = \left(\frac{(V + I + S) * A * F}{3} \right)$$

Plus tard, en 1976, ces deux auteurs ont ajouté plusieurs facteurs dont le plus important est le désir de reconnaissance, qui affecterait les cinq autres.

La théorie V.I.E de Vroom (1964)

Cette théorie cognitiviste, appelée aussi « la théorie du résultat escompté », repose sur trois concepts :

- La « valence » (V) : C'est la valeur, positive ou négative, que l'on attribue au résultat de ses actions ou de sa performance. Ces préférences sont mesurables sur une échelle de -10 à +10 ;
- L'« instrumentalité » (I) : Est-ce que la performance est corrélée avec le résultat? Mesurable sur une échelle de 0 à 1 ;
- L'« attente » (E) : Est-ce que l'effort aboutit à une performance? Mesurable sur une échelle de 0 à 1.

L'intérêt de ce modèle est que des recherches quantitatives ont pu montrer un lien entre la motivation, ainsi mesurée, et les efforts déployés dans un travail ou un apprentissage.

Victor Vroom propose une formule calculant la force de la motivation (F) :

$$F = E * (\sum V * I)$$

La théorie de l'équité d'Adams

Selon cette théorie, l'individu calculerait un « score » pour lui-même, et un score pour autrui. La motivation viendrait donc des représentations mentales (théorie cognitiviste).

$$\text{Score} = \left(\frac{R}{A} \right)$$

Sachant que R correspond aux Résultats (ex. : salaire) et A à l'Apport (ex. : effort donné) :

- Si le score du sujet est égal à celui d'autrui, alors il y a équité, et donc il sera motivé ;
- Si les scores sont inégaux, alors il n'y a pas d'équité, et la motivation baisse. Même dans le cas où le sujet serait surestimé, il va perdre de sa motivation, non pas par un changement de comportement, mais par un changement de perceptions.

Théories X et Y concernant les motivations au travail

En 1960, Douglas McGregor tente d'expliquer ce qui pousse les gens à travailler en élaborant les théories X et Y. Ces théories présentent les motivations des employés telles qu'elles sont perçues par les gestionnaires. Selon la théorie X, les employés, les étudiants n'aiment pas, en général, le travail, n'ont pas d'ambition et fuient toute forme de responsabilités. Les gestionnaires qui adhèrent à cette perspective considèrent qu'il faut modifier, contrôler et diriger le comportement de leurs subordonnés afin de satisfaire les besoins de l'organisation. Si les dirigeants n'exercent pas un contrôle strict et rigoureux, les employés risquent de ne pas adopter les comportements conduisant à l'atteinte des objectifs organisationnels. Selon la théorie Y, les gens aiment travailler, c'est-à-dire qu'ils éprouvent du plaisir à effectuer leur travail. Le travail, au même titre que les loisirs ou les activités récréatives, représente une source potentielle de valorisation et d'émancipation. Les gestionnaires qui adoptent ce point de vue considèrent que les travailleurs recherchent les responsabilités et l'autonomie et qu'ils font preuve d'initiatives et de créativité dans l'accomplissement de leurs tâches (M'Barek, 2011: 13).

Les théories du renforcement

Les théories de renforcement s'appuient sur l'évitement de la douleur, la recherche du bonheur et du plaisir à moindre frais possibles pour expliquer le comportement des individus. Elles opèrent fréquemment au nom de Burrhus Frederic Skinner. Ces éléments peuvent être rattachés à deux concepts du conditionnement opérant soit le renforcement, événement qui motive l'individu à reproduire un comportement, soit la punition, approche qui conditionne l'individu à renoncer à reproduire un

comportement. On distingue deux types de renforcement: le renforcement positif et le renforcement négatif.

Le renforcement positif. Le renforcement positif a lieu lorsqu'un individu mène à bien une tâche et reçoit une récompense extrinsèque (prime) ou intrinsèque (satisfaction ou sentiment d'accomplissement). Le processus d'apprentissage aussi bien à l'école qu'à l'entreprise est optimisé quand il y a une récompense.

Le renforcement négatif. Il diffère du renforcement positif en ce qu'il amène une personne à réagir ou à se comporter d'une manière pour éviter des conséquences désagréables.

Des conseils pour motiver les salariés. Un conseil majeur pour motiver les salariés: faire la différence entre "reproche" et "ajustement". On doit:

- *Prévenir le stress;*
- *Ne pas surprotéger;*
- *Ouvrir des crèches d'entreprises pour motiver les salariés, etc.*

Le constat de base peut être formulé ainsi : face à l'entreprise, le cadre poursuit des objectifs multiples. Il en attend une rémunération, mais également des possibilités de se réaliser (un statut social, une formation, etc.). Les cadres attendent de l'entreprise qu'elle leur offre des carrières, plutôt que des emplois (Dayan, 1999 : 318).

Conclusion

En pédagogie, on parle de « motivation situationnelle ». L'entrain est lui-même fonction d'une motivation plus individuelle correspondant aux attraits personnels de la situation; par exemple, l'entrain d'un étudiant dans l'étude d'un ouvrage particulier sera en partie dépendant de son goût pour la lecture. On peut parler à ce niveau d'une « motivation habituelle », motivation apte à engager l'individu plus ou moins dans toutes les situations favorables à son expression. La motivation habituelle est prioritairement déterminée par les intérêts profonds de l'individu ou « motivations intimes » et accessoirement par des éléments liés à son histoire, à son développement. Le plaisir est le critère central de ce niveau de motivation puisqu'il signale l'adéquation des intérêts avec une forme d'expression possible.

La motivation est un phénomène complexe et abstrait, qui a plusieurs définitions et qui est influencé par de nombreux facteurs internes

et externes (Dörnyei, 2001). On a déjà vu que le salaire n'est pas toujours la raison pour laquelle les salariés font des efforts, le plus important est de savoir apprécier ces efforts et de leur donner envie de continuer et même de persévérer. Le succès d'une organisation dépend de l'attitude du personnel, mais son attitude dépend obligatoirement de la stratégie motivationnelle choisie par le patron. Pour réussir, il ne faut pas avoir peur de discuter, d'organiser des événements conviviaux pendant les fêtes ou les vacances, d'aller au restaurant, de passer le temps ensemble et d'apprendre l'un de l'autre. Les chefs qui ne sont pas trop visés dans ce domaine peuvent même faire appel aux entreprises qui s'occupent spécialement de la motivation du personnel, car ce qui est important, c'est d'arriver à une atmosphère chaleureuse et productive entre les salariés et leurs chefs, ainsi qu'à de meilleurs résultats.

Références bibliographiques

1. GERALD, A. Cole (2006), *Management. Teorie și Practică*, București, Știința
2. DAYAN, Armand(1999), *Manuel de gestion*, Volume 2, Paris, Ellipses, Édition Marketing S.A
3. KOTLER, Philip, DUBOIS, Bernard(2004), *Marketing management*, Paris, Pearson Education France
4. FENOUILLET, Fabien (2012), *Les théories de la motivation*, Psycho Sup, Dunod
5. M'BAREK Ezzeddine (2011), « La théorie de la motivation des ressources humaines », Université de Tunis, 24 p, Document de recherche
6. VALLERAND, R. J., THILL, E. E. (1993), *Introduction à la psychologie de la motivation*, Québec, Laval: Éditions Études Vivantes
7. WENTZEL, Kathryn R., WIGFIED, Allan (2009), *Handbook of Motivation at School*, New York, Taylor et Francis et e-Library
8. En ligne: www.larousse.fr
9. En ligne: <http://www.cnrtl.fr>