

Czynniki wpływające na atrakcyjność platform zdalnej edukacji*

Factors influencing the attractiveness of distance education platforms

Słowa kluczowe: e-learning, studenci, edukacja, podnoszenie kwalifikacji.

Key words: e-learning, students, education, improving qualifications.

Abstract: In less than 30 years the Internet has entered virtually every area of life. It encompassed both the ways we communicate with each other and the professional life of the majority of society. One of the forms of using the Internet, which is developing more and more dynamically, is e-learning. It is used by companies to educate their employees, by working people who want to improve their qualifications and by universities as an additional way of education. Universities increasingly use a combination of the traditional form of education and e-learning classes. The paper presents the features of attractive e-learning classes based on surveys carried out at one of the universities. The article is an introduction to the planned deeper analysis of this topic.

Wstęp. W ciągu ostatnich lat postęp cywilizacyjny spowodował zmianę naszych nawyków. Z analiz GUS wynika, że z roku na rok rośnie liczba komputerów w naszych gospodarstwach domowych, co wiąże się z coraz większą liczbą spraw załatwianych za pomocą internetu. Wykorzystując internet, ułatwiamy sobie realizację spraw związanych z podatkami, administracją publiczną czy też używamy go jako źródło rozrywki [1–2].

Wykorzystywanie internetu w wielu dziedzinach naszego życia powoduje, że pojawia się w nim coraz więcej reklam [1, 3, 4]. Jak wynika z analiz GUS, w Polsce w 2017 r. 25% przedsiębiorstw posługiwało się przynajmniej jednym z mediów społecznościowych do reklamowania swojej działalności [1]. Rozpowszechnienie internetu jako źródła informacji spowodowało, że coraz częściej za pomocą zdalnych platform organizowane są kursy e-learningowe. Jest to źródło informacji, do której można dotrzeć w dowolnym miejscu i o dowolnej porze. Są to niewątpliwie największe zalety tej formy prowadzenia zajęć. Taką formę zajęć proponują zarówno firmy szkoleniowe, jak i uczelnie państwowe i niepubliczne.

Jak wynika z analiz GUS, z roku na rok rośnie liczba osób regularnie korzystających z internetu we wszystkich grupach wiekowych. Największy wzrost zaobserwowano, analizując lata 2013–2017, w przedziałach wiekowych 55–64 lat i 65–74 lat.

*Komunikat z badań.

W przypadku pierwszej grupy wzrost nastąpił o 47% (z 32,4% na 47,5%), a w przedziale wiekowym od 65 do 74 lat o 71% (z 15,5% do 26%). Wśród młodzieży (16–24 lat) regularne korzystanie z internetu deklaruje aż 99% osób, przy czym w obrębie tej grupy wśród uczniów i studentów udział wynosił aż 99,9% [1]. Z przedstawionych danych wynika, że udział internetu w naszym życiu staje się coraz większy. W pracy przedstawiono wyniki analizy zakresu i sposobów wykorzystania internetu w procesie dydaktycznym na wyższej uczelni. Dążąc do sprecyzowania wad i zalet tej metody zdobywania wiedzy oraz czynników wpływających na wzrost jej popularności, przeprowadzono badania ankietowe.

Cele, w jakich Polacy wykorzystują internet. Internet coraz silniej wpływa na nasze funkcjonowanie. Z internetu korzystamy w pracy, a przede wszystkim w życiu prywatnym [5–6]. Na podstawie badań przeprowadzonych przez GUS można określić główne cele prywatnego korzystania z internetu przez Polaków. W 2017 r. wśród wszystkich ankietowanych znajdowały się osoby wykorzystujące internet w różnym stopniu dla realizacji celów wyszczególnionych w zamieszczonym poniżej zestawieniu.

- korzystanie z poczty elektronicznej (78,6% spośród wszystkich ankietowanych),
- wyszukiwanie informacji o towarach i usługach (76,8%),
- czytanie, pobieranie czasopism on-line (79,3%),
- korzystanie z serwisów społecznościowych (63,2%),
- korzystanie z usług bankowych (52,3%),
- telefonowanie przez internet (41,8%),
- korzystanie z informacji poświęconych turystyce (29,7%),
- pobieranie programów komputerowych (17,1%),
- szukanie pracy (15,3%),
- sprzedawanie towarów (20,4%).

Coraz częściej firmy wysyłają swoich pracowników na szkolenia związane z technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi. Przykładowo w 2016 r. wśród osób pracujących w finansach i ubezpieczeniach szkolenia tego typu odbyło prawie 46%. Najmniej osób było szkolonych z działu zajmującego się zakwaterowaniem i gastronomią bo zaledwie 4,1% [1].

E-learning jako forma kształcenia ustawicznego. Wykorzystanie kursów e-learningowych do zdobycia wiedzy staje się coraz powszechniejsze [7–8]. Taką formę kształcenia wybierają coraz częściej przedsiębiorcy dla swoich pracowników. Wynika to przede wszystkim z oszczędności finansowych. Pracownik, który zostaje oddelegowany w czasie pracy na szkolenie, to strata finansowa dla przedsiębiorstwa. W przypadku szkoleń e-learningowych pracownicy mogą opanować materiał w dowolnym czasie. Takie rozwiązanie jest korzystne dla obu stron: dla przedsiębiorcy – ze względu na brak kosztów związanych z oddelegowaniem pracownika, a dla pracownika – ze względu na różne sytuacje osobiste i rodzinne, które uniemożliwiają odbycie takiego szkolenia, szczególnie poza miejscem zamieszkania. Na uczelniach również coraz częściej korzysta się z tej formy prowadzenia zajęć [9–12]. Wynika to przede wszystkim z zalet tej formy kształcenia. Podstawową zaletą jest przede wszystkim dowolny i nieograniczony przez miejsce i czas dostęp do informacji [2, 11].

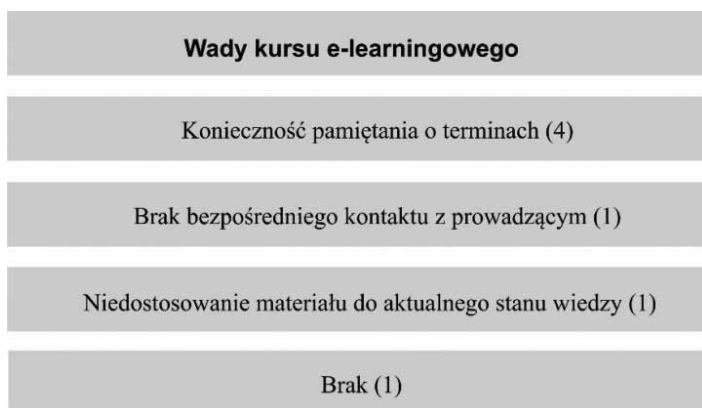
Wyniki badań. Badania przeprowadzono na grupie studentów Wydziału Inżynierii Materiałowej i Metalurgii Politechniki Śląskiej. W badaniach uczestniczyli studenci dwóch kierunków. Ankieta obejmowała 5 pytań zamkniętych dotyczących danych statystycznych oraz 6 pytań otwartych. Pytania otwarte, na podstawie których opracowano poniższy artykuł, zestawiono w tab. 1.

Tabela 1. Pytania otwarte, na które odpowiadali ankietowani

Lp.	Treść pytania
1	Jakie są największe wady korzystania z e-learningu?
2	Jakie są największe zalety korzystania z e-learningu?
3	Co zachęciłoby Cię do skorzystania z kursu e-learningowego?
4	Jakie elementy powinny się znaleźć w kursie (zajęciach) prowadzonym w formie e-learningu, żeby był dla Ciebie atrakcyjny (strona graficzna, merytoryczna)?
5	Jakie jest Twoje zdanie na sprawie łączenia w ramach jednego przedmiotu zajęć prowadzonych w tradycyjny sposób oraz w formie e-learningu?
6	Które z przedmiotów, twoim zdaniem uważasz, że powinny być prowadzone w formie e-learningowej?

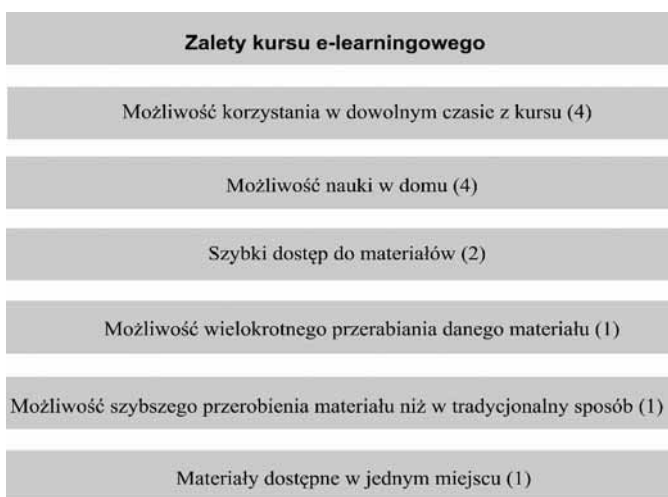
Wyniki ankiet zobrazowano na rys. 1–4, na których ujęto zdefiniowane przez ankietowanych wady i zalety tej metody kształcenia, czynniki mające wpływ na podjęcie decyzji co do korzystania z e-learningu oraz cechy atrakcyjnego kursu e-learningowego. Przy wynikach ankiet przedstawionych na rys. 1–4 w nawiasach podane zostały liczby, które odpowiadają tym samym odpowiedziom.

W badaniach uczestniczyło 25 osób (7 kobiet i 18 mężczyzn). Większość osób nie brała udziału jeszcze w żadnym kursie e-learningowym (15 osób). Osoby, które brały udział w dowolnym kursie e-learningowym, zwróciły uwagę przedstawione na rys. 1 wady takiego rodzaju kursu.



Rys. 1. Wady e-learningu wg ankietowanych

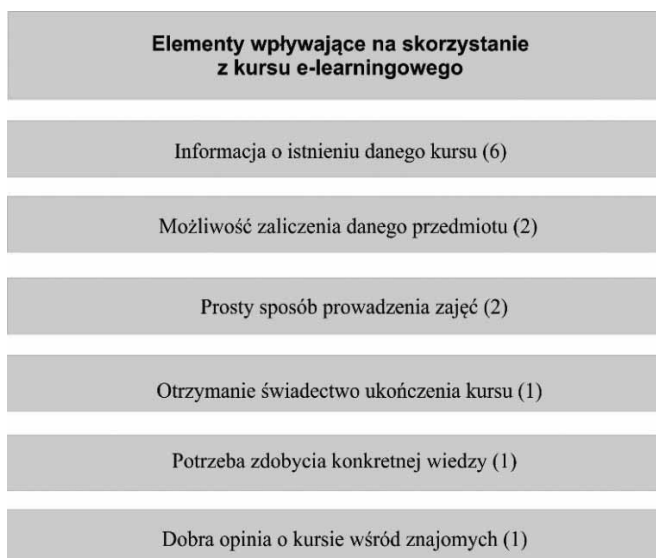
Ankietowani, którzy uczestniczyli już w kursie e-learningowym, wymieniali jako zalety elementy zestawione na rys. 2.



Rys. 2. Zalety e-learningu wg ankietowanych

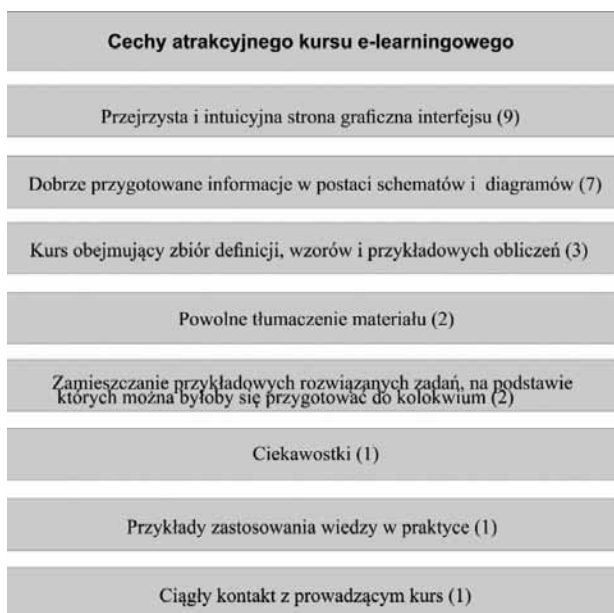
Studenci, którzy korzystali z zajęć e-learningowych, najczęściej tego samego dnia studiowali jednocześnie kilka zajęć, a kurs realizowali w ciągu kilku wejść na stronę (70% ankietowanych).

Do elementów, które zachęciłyby ankietowanych do skorzystania z danego kursu należą czynniki wymienione na rys. 3.



Rys. 3. Czynniki mające wpływ na korzystanie z kursu e-learningowego wg ankietowanych

Studentów zapytano również, co rozumieją przez pojęcie atrakcyjnego kursu e-learningowego. Wyniki badania zestawiono na rys. 4.



Rys. 4. Cechy atrakcyjnego kursu e-learningowego wg ankietowanych

Zapytano również studentów o to, jakie jest ich zdanie odnośnie do połączenia tej formy zajęć z zajęciami tradycyjnymi. Większość ankietowanych była za połączeniem zajęć w formie tradycyjnej z zajęciami w formie e-learningu. Tylko kilka osób było przeciwko zajęciom w formie e-learningu. Osoby te stwierdziły, że więcej można się dowiedzieć od wykładowcy. Osoby, które były za połączeniem tradycyjnej formy zajęć i e-learningu również zwróciły uwagę na ważną rolę wykładowcy. Ich zdaniem zajęcia teoretyczne mogłyby się odbywać w formie e-learningowej, ale nie ćwiczenia i laboratoria. Zdaniem uczestników ankiety na zajęciach z prowadzącym można byłoby wtedy zapytać o niezrozumiałe treści wykładu.

Podsumowanie. Ze względu na coraz częstsze korzystanie z internetu zajęcia w formie e-learningowej będą stanowiły coraz częstszą formę edukacji. Niemniej jednak korzystanie z tej formy zajęć jest ściśle związane z motywacją osoby uczestniczącej w kursie. Wynika to często z faktu, że osoba uczestnicząca w kursie musi mieć silną motywację wewnętrzną, aby go ukończyć.

Nie bez znaczenia jest tutaj treść i forma takiego kursu. Jak wynika z ankiet cechami, które zachęciłyby do korzystania z kursu e-learningowego, a w konsekwencji wpłynęłyby na motywację do ukończenia kursu, są przede wszystkim przyjazny interfejs platformy, ciekawie i w przejrzysty sposób przekazane treści, a także ciągły kontakt z prowadzącym zajęcia. Z pewnością ten ostatni element jest najtrudniejszy do realizacji z punktu widzenia wykładowcy. Oznacza on bowiem stałą konieczność odpowiadania na podobnie sformułowane pytania, a także dyspozycyjność. Zbyt długie oczekiwanie na odpowiedź z pewnością może być źródłem spadku motywacji w kontynuowaniu kursu.

Oprócz cech, które stanowią o atrakcyjności danego kursu, ważna jest także jego reklama. Nawet najlepszy kurs, który nie będzie odpowiednio zareklamowany, nie ma szans na zdobycie wielu uczestników.

Przeprowadzone badania pozwoliły wyróżnić dostrzegane przez studentów wady i zalety korzystania w procesie kształcenia z zajęć w formie e-learningu oraz cech atrakcyjnego kursu e-learningowego. Uzyskane rezultaty mogą stanowić pomoc dla osób podejmujących wysiłek opracowania kursów e-learningowych stanowiących uzupełnienie tradycyjnych form kształcenia lub w pewnej części zastępujących klasyczne wykłady i ćwiczenia. Na obecnym etapie badań skoncentrowano się na ujęciu opisowym bez szerszej analizy statystycznej. Tak przeprowadzone badania umożliwiają zdefiniowanie celów i zakresu dalszej analizy z uwzględnieniem ujęcia statystycznego. Rezultaty przeprowadzonej ankiety zapewniły możliwość wyspecyfikowania pytań szczegółowych do kolejnych badań ankietowych, których wyniki mogłyby być przedmiotem opracowania statystycznego dla większej grupy osób ankietowanych.

Bibliografia

1. https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5497/1/11/1/spoleczenstwo_informacyjne_w_polsce_wyniki_badan_statystycznych_z_lat_2013-2017.pdf (z dnia 24.07.2018).
2. Włodarczyk K., *E-learning jako element lifelong learning. Przykład społeczeństwa polskiego*. Studia i prace wydziału nauk ekonomicznych i zarządzania nr 39, t. 3, s. 397–409 (https://wneiz.pl/nauka_wneiz/sip/sip39-2015/SiP-39-t3-397.pdf).
3. Ritu Lohtia, Naveen Donthu, Idil Yaveroglu: *Evaluating the efficiency of Internet banner advertisements*. Journal of Business Research. Journal of Business Research 60 (2007), s. 365–370.
4. Holsapple C.W., Shih-Hui Hsiaob, Ram Pakathc: *Business social media analytics: Characterization and conceptual framework*. Decision Support Systems 110 (2018), s. 32–45.
5. Azainilb R., Haryakab U., Agusa F., Harsa Kridalaksana A. (2017), *User Satisfaction Model for e-Learning Using Smartphone*. Procedia Computer Science 116, s. 373–380.
6. Fulvio Castellaccia, Clara Viñas-Bardoletb (2019), *Internet use and job satisfaction*. Computers in Human Behavior 90 () s. 141–152.
7. Aparicio M., Bacao F., Oliveira T. (2016), *Cultural impacts on e-learning systems' success*. Internet and Higher Education 31 () 58–70.
8. Chang V. (2016), *Review and discussion: E-learning for academia and industry*. International Journal of Information Management 36, s. 476–485.
9. Ching-Ter Chang, Jeyhun Hajiyev, Chia-Rong Su (2017), *Examining the students' behavioral intention to use e-learning in Azerbaijan? The general extended technology acceptance model for e-learning approach*. Computers & Education 111, s. 128–143.
10. Cidrala W.A., Oliveirab T., Di Felicea M., Apariciob M. (2018), *E-learning success determinants: Brazilian empirical study*. Computers & Education 122, s. 273–290.
11. Abdullah Alhabeeba, Jennifer Rowleyb (2018), *E-learning critical success factors: Comparing perspectives from academic staff and students*. Computers & Education 127, s. 1–12.
12. Benta D., Bologaa G., Dzitaca S., Dzitaca I. (2015), *University Level Learning and Teaching via E-Learning Platforms*. Procedia Computer Science 55, s. 1366–1373.

dr inż. Anżelina MAREK – Politechnika Śląska, Wydział Inżynierii Materiałowej i Metalurgii, Instytut Inżynierii Materiałowej, e-mail: anzelina.marek@polsl.pl

dr inż. Anna JASIK – Politechnika Śląska, Wydział Inżynierii Materiałowej i Metalurgii, Instytut Inżynierii Materiałowej, e-mail: anna.jasik@polsl.pl