

Urszula Ordon, Wioletta Sołtysiak

Media społecznościowe w e-learningu akademickim = Social Media in Academic E-Learning

Edukacja - Technika - Informatyka nr 1(19), 217-221

2017

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



URSZULA ORDON¹, WIOLETTA SOŁTYSIAK²

Media społecznościowe w e-learningu akademickim

Social Media in Academic e-Learning

¹ Doktor habilitowany, profesor AJD, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Instytut Edukacji Przedszkolnej i Szkolnej, Zakład Edukacji przez Sztukę, Polska

² Doktor inżynier, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Instytut Pedagogiki, Zakład Podstaw Pedagogiki, Polska

Streszczenie

W artykule dokonano próby zaakcentowania ważności mediów społecznościowych jako instrumentu w komunikacji interpersonalnej przyjaznego uczestnikom kształcenia w szkole wyższej realizującej e-learningowy model. W tym celu odwołano się do badań przeprowadzonych wśród studentów uczelni ekonomicznych.

Słowa kluczowe: e-learning, kształcenie, *social media*

Abstract

The article is an attempt to stress importance of social media as an instrument in interpersonal communication, friendly for participants of the education process at a university implementing an e-learning education model. For this purpose, a reference was made to research carried out among students of economic universities.

Keywords: e-learning, education, social media

Wstęp

Media społecznościowe (*social media*) zdominowały kanały komunikacyjne między uczestnikami kształcenia, jednak zauważa się, iż w formalnym nauczaniu – uczeniu się są niewykorzystanym potencjałem. E-learning (*electronic learning*) jako forma kształcenia z użyciem internetu wymagająca sprzężenia zwrotnego między uczestnikami procesu kształcenia wydaje się być naturalnym bodźcem do sięgania po *social media*. Ich wartość w nauczaniu – uczeniu się dostrzega wielu autorów (Pezda, 2010, s. 19; Polak, 2016; Sołtysiak, 2012a, s. 163; 2012b, s. 119; 2016, s. 152–154). Ponadto badania* wykazują, iż dla 60%

*Kompetencje cyfrowe młodzieży w Polsce. Źródło: <http://www.uzaleznieniabehawioralne.pl/raporty-z-badan/kompetencje-cyfrowe-mlodziezy-w-polsce/> (07.01.2017r.).

młodych ludzi internet jest podstawowym źródłem informacji podczas nauki i odrabiania lekcji, a dla 72% badanych nauka bez dostępu do sieci byłaby dużo trudniejsza. Natomiast według sondażu przeprowadzonego przez firmę Librus 91% skomputeryzowanych nauczycieli korzysta z mediów społecznościowych, w tym około 83% wykorzystuje je w czasie zajęć dydaktycznych (Gregorczyk, 2014, s. 24).

Downes, kanadyjski wizjoner i badacz najnowszych trendów w edukacji, zauważa, iż kształcenie w niedalekiej przyszłości będzie polegało na permanentnym uczeniu się, dzieleniu się wiedzą (Gregorczyk, 2014, s. 25). Kształcenie będzie niekończącym się procesem podlegającym szybkiemu wyszukiwaniu, aktualizacji, przyswajaniu i budowaniu nowych zasobów wiedzy oraz umiejętności dostosowywania się do zmian. Istotą będzie komunikacja, logiczne myślenie, szybkie uczenie się i umiejętności prowadzenia dyskusji. Tutaj naprzeciw wychodzą *social media*, które są nieodłącznym instrumentem komunikacyjnym współczesnej młodzieży. Dlatego należy włączać media społecznościowe do scenariuszy zajęć jako instrument komunikacji, dzielenia się danymi, informacjami i wiedzą między interesariuszami kształcenia. W dalszej części artykułu pokazano, w jakim stopniu komunikacja za pomocą mediów społecznościowych odbywa się w e-learningu akademickim.

Rozwinięcie

Proces komunikacji między uczestnikami kształcenia w e-learningu akademickim jest realizowany z wykorzystaniem:

- komponentów platformy e-learningowej (czat, e-mail, fora dyskusyjne),
- portali społecznościowych,
- telefonii,
- spotkań tradycyjnych w miejscu, na uczelni.

W artykule skupiono się na potencjale mediów społecznościowych. W tym celu odniesiono się do badań wykonanych na potrzeby dysertacji *Zarządzanie procesami kodyfikacji i personalizacji wiedzy w e-learningu akademickim*. Metodologia badań polegała na doborze celowym. W badaniu wzięło udział 7 uczelni w województwie śląskim o profilu ekonomicznym, wykorzystujących w kształceniu e-learning. Próba liczyła 270 studentów. Badania przeprowadzono na przełomie lutego i maja 2015 r.

W kształceniu w formie e-learningu 73% studentów wykorzystuje media społecznościowe do komunikacji w relacji student–student. Zbliżony odsetek studentów (71,5%) sięga po instrumenty komunikacyjne portali społecznościowych w relacji student–nauczyciel.

W celu uszczegółowienia wyników badań zweryfikowano istotność różnic między grupami (student–student). Zbadano występowanie różnic między średnimi rang opinii studentów odnośnie do komunikacji a takimi zmiennymi demo-

graficznymi, jak płeć i wiek badanych oraz tryb studiów. W tym celu wykorzystano test ANOVA rang Kruskala-Walisa przy poziomie istotności $p < 0,05$.

W tabeli 1 pokazano rozkład częstości opinii respondentów na temat kanałów komunikacyjnych w relacji student–student w zależności od płci i wieku badanych.

Zauważa się, że ze względu na płeć badanych nie występują różnice międzygrupowe w podejściu do komunikacji. Natomiast uwzględniając wiek badanych, w przedziałach wiekowych do 20 lat, 21–25 lat oraz od 26 lat zaobserwowano istotne statystycznie różnice w podejściu do kontaktów interpersonalnych z wykorzystaniem portali społecznościowych.

Tabela 1. Rozkład częstości opinii respondentów na temat kanałów komunikacyjnych w relacji student–student w zależności od płci i wieku badanych

Zmienne demograficzne		Me±Q	M±S
Płeć	kobiety N = 154	3,0±1,5	3,0±1,0
	mężczyźni N = 116	3,0±1,5	3,0±1,0
Wiek	do 20 lat N = 57	4,0±1,5*	4,0±0,5*
	21–25 lat N = 161	3,0±1,5*	4,0±0,5*
	od 26 lat N = 52	2,0±1,0*	3,0±1,0*
Tryb studiów	studia stacjonarne N = 152	5,0±0,5*	4,2±1,1*
	studia niestacjonarne N = 118	4,0±1,0*	3,6±1,3*

Poziom istotności dla testu ANOVA rang Kruskala-Wallisa * $p < 0,05$.

Me – mediana, Q – odchylenie ćwiartkowe, M – średnia, S – odchylenie standardowe.

W kwestionariuszu ankiety zastosowano skalę Likerta. Zakodowano odpowiedzi: „zawsze” odpowiadało liczbie 5, „często” – 4, „czasem tak, czasem nie” – 3, „rzadko” – 2, „nigdy” – 1.

Źródło: opracowanie własne.

Rozpatrując wyniki analiz statystycznych w odniesieniu do wieku badanych, dostrzega się istotne statystycznie różnice między poszczególnymi grupami wiekowymi studentów a podejściem do komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych. Różnice między grupami szczególnie uwidaczniają wyniki median. Zauważa się, że co najwyżej połowa studentów z najmłodszej grupy wiekowej (do 20 lat) częściej (Me = 4,0; Q = 1,5) wykorzystuje media społecznościowe w komunikacji interpersonalnej niż starsi koledzy w wieku 21–25 lat (Me = 3,0; Q = 1,5) oraz od 26 lat (Me = 2,0; Q = 1,0). Ponadto zwraca uwagę, iż studenci z najstarszej grupy wiekowej (od 26 lat) najrzadziej sięgają po ten instrument komunikacji z innymi respondentami. Przypuszcza się, iż ta sytuacja jest spowodowana tym, iż reprezentują oni starsze pokolenie Y, które kiedy za-

czyniało cyfrową przygodę, komputeryzacja i internet nie były jeszcze tak dostępnymi i powszechnymi narzędziami komunikacyjnymi jak w przypadku „cyfrowych tubylców” pokolenia Z.

W odniesieniu do trybu studiów odnotowuje się statystycznie istotne różnice w grupach w podejściu do komunikacji z wykorzystaniem portali społecznościowych. Studenci preferują tę formę wzajemnej komunikacji. Różnice między grupami uwidaczniają wyniki median i średnich. Mediana studentów studiów stacjonarnych informuje, iż co najwyżej połowa ankietowanych zawsze (Me = 5,0; Q = 0,5; M = 4,2; S = 1,1) wybiera tę formę komunikacji z innymi uczestnikami studiów. Natomiast co najwyżej połowa ankietowanych reprezentujących studia niestacjonarne z mniejszą częstotliwością (Me = 4,0, Q = 1,0; M = 3,6; S = 1,3) komunikuje się za pomocą instrumentów *social media*.

Podsumowanie

Rozwój technologii wpływa na inicjowanie nowych form kształcenia. Jest to często proces spontaniczny (Molga, Wójtowicz, 2015, s. 108), a przez to nie w pełni wykorzystujący moce nowych technologii. Dlatego wydaje się cenne dostrzeganie i sięganie po te narzędzia technologii, które mogą podnieść jakość kształcenia, umiejętności samokształcenia, przyczyniać się do samorozwoju intelektualnego, a przede wszystkim nabycia umiejętności wykorzystywania zdobyczy nowoczesnej technologii w sposób twórczy i krytyczny, który przyczyni się do rozwoju społeczno-ekonomicznego obywateli.

Tradycyjne metody kształcenia wykorzystywane w scenariuszach zajęć dla e-learningu, jak zauważa Dusza (2015, s. 101), charakteryzują się „zewnątrzsterowalnością”, co w odniesieniu do nowych form kształcenia nie przedkłada się na motywację do nauki, satysfakcję z efektów kształcenia. Kształcenie na odległość, z wykorzystaniem internetu, wymaga odmiennego podejścia ze względu na ograniczenie bezpośredniego kontaktu z innymi uczestnikami kształcenia i większej samodyscypliny w nauce własnej. E-learningowy model kształcenia, aby był skuteczny, powinien wykorzystywać internetowe środowiska komunikacyjne, *social media*. Portale społecznościowe oferują uczenie się w środowisku przyjaznym, bo znanym studiującym, i dlatego należy je włączać do e-learningowych scenariuszy zajęć.

Literatura

- Dusza, B. (2015). Edukacja na odległość w opinii studentów (doniesienie z badań pilotażowych). *Edukacja – Technika – Informatyka*, 4 (14), 100–104.
- Gregorczyk, G. (2014). Edukacja 2050 według konektywistów. *Mazowiecki Kwartalnik Edukacyjny Meritum*, 1 (32). Pobrane z: http://meritum.mscdn.pl/meritum/pliki/cale_numery/2014_1.pdf#page=22 (2.01.2017).
- Kompetencje cyfrowe młodzieży w Polsce*. Pobrane z: <http://www.uzaleznieniabehawioralne.pl/raporty-z-badan/kompetencje-cyfrowe-mlodziezy-w-polsce/> (7.01.2017).

- Molga, A., Wójtowicz, M. (2015). Rozwój technologii e-learningu. *Edukacja – Technika – Informatyka*, 4 (14), 105–110.
- Pezda, A. (2010). Nauczycielu, niebój się Facebooka. Wykorzystaj go! *Gazeta Wyborcza*, 230, 19.
- Polak, M. (2016). *Trendy na horyzoncie szklonej edukacji*. Pobrane z: <http://www.edunews.pl/badania-i-debaty/badania/3670-trendy-na-horyzoncie-szkolnej-edukacji> (7.01.2017).
- Sołtysiak, W. (2012a). Realizacja procesu kodyfikacji wiedzy w szkole wyższej z wykorzystaniem rozwiązań e-learningowych. W: D. Jelonek (red.), *Wybrane problemy zarządzania wiedzą i kapitałem intelektualnym w organizacji* (s. 109–121). Częstochowa: Wyd. Politechniki Częstochowskiej.
- Sołtysiak, W. (2012b). Qualia komunikatów medialnych. W: A. Gofron, A. Kozerska (red.), *Podstawy edukacji. Propozycje metodologiczne* (s. 157–165). Częstochowa.
- Sołtysiak, W. (2016). Determinanty aktywności studentów w kontekście kształcenia e-learningowego. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Zarządzanie*, 23 (1), 148–158.