

E-learning w językach obcych – droga przez mękę?

E-learning zmienia się tak szybko, że za chwilę nasz sposób myślenia o nim będzie inny. Może warto więc wybiec trochę w przyszłość i przygotować się na to, co nas czeka? Być może myślimy o nim w sposób zbyt tradycyjny, przez pryzmat naszych dotychczasowych doświadczeń z przyswajaniem wiedzy? A może microlearning? Wszystko wskazuje na to, że idziemy w kierunku wiedzy w pigułce.

Marcin Kwieciński

Niedawno miałem okazję zapoznać się z raportem na temat wykorzystania e-learningu w korporacjach działających na polskim rynku. Raport opracowany został przez XY Learning Team¹ – polecam lekturę całości wszystkim zainteresowanym tym tematem. Chciałbym przytoczyć kilka stwierdzeń i odnieść je do sytuacji e-learningu w językach obcych, bo takimi rozwiązaniami coraz częściej zainteresowani są odbiorcy usług szkoleniowych.

Brak złotego środka

Raport stwierdza, że ewidentnie wzrasta zainteresowanie szkoleniami w formule e-learningu, do tego stopnia, iż aktualnie popyt przewyższa podaż. Firmy zainteresowane są szkoleniami w tym trybie ze względu na ich relatywnie niską cenę, szeroki zasięg, możliwość wdrożenia szkolenia jednocześnie dla dużej liczby pracowników oraz fakt, że dostępne są praktycznie w każdym momencie.

E-learning dobrze wpisuje się w zmiany w naszym postrzeganiu rzeczywistości i interakcji z nią w dobie wszechobecności Internetu, wykorzystuje łatwość dostępu do informacji on-line, a także odzwierciedla zmiany nawyków przyswajania wiedzy.

Wygląda więc na to, że technologia zaferowała w końcu decydem w działach HR złoty środek do realizacji celów szkoleniowych: optymalny kosztowo, wszechobecny, wygodny, efektywny, na czasie.

Dlaczego więc, jak stwierdza raport, implementacja szkoleń e-learningowych w Polsce pozostawia w dalszym ciągu wiele do życzenia? Dlaczego pracownicy podchodzą do nich często nieufnie i uważają je za zło konieczne i stratę czasu? A miało być tak pięknie.

Niektóre z powodów, które wymienia raport, są dość oczywiste i proste: w dalszym ciągu brak dobrej orientacji w tej dziedzinie, zarówno po stronie odbiorców i dostawców usług silne są stereotypy na temat e-learningu, w tym

¹ Zob. raport z badania „Learning problems – e-solutions”, www.learningperspectives.pl, dostęp: 22 sierpnia 2012 r.

również jego formy oraz dostępnych rozwiązań. Kolejnym powodem jest niemożność zaoferowania przez dostawców szkoleń w pełni szytych na miarę, a takowe są najbardziej pożądane. Do tego należy dodać jeszcze małą atrakcyjność kursów e-learningowych, określanych często jako „slajdowiska”, a także brak motywacji, zaangażowania i samodyscypliny u odbiorcy takiego szkolenia.

A może blended-learning?

Moje obserwacje zdają się potwierdzać powyższy stan rzeczy. Przychodzi mi na myśl rozmowa ze znajomym, pracownikiem dużej korporacji, który do pewnego czasu, z racji zajmowanego stanowiska i pełnionych obowiązków, miał przyznany budżet na indywidualne szkolenia z języka angielskiego. Niestety, w dobie cięcia kosztów wszystkie szkolenia językowe zostały zlikwidowane, a pracownikom zaoferowano znaną platformę e-learningową z sugestią samodzielnej nauki. Kiedy po jakimś czasie zapytałem go przewrotnie, jak ocenia swoje postępy, odpowiedział, co mnie absolutnie nie zaskoczyło, że zalogował się tam trzy razy, zrobił parę modułów, a przypomniał sobie o niej dopiero, kiedy jego przełożona przedstawiła mu raport jego (nikłej) aktywności. Podobne sygnały otrzymaliśmy od jednego z naszych klientów, który zaoferował swoim pracownikom również popularną, bardzo dobrą platformę do samodzielnej nauki. Oczywiście... Eureka! Zapewne wszystkim już wiadomo, że autonomiczne rozwiązania e-learningowe są nieefektywne ze względu na czynnik samodyscypliny i motywacji. Lub raczej jego brak. A tłumacząc to na realia naszego życia zawodowego i nie tylko: kto znajdzie czas i siły do samodzielnej nauki w czasie pracy? A może znaleźć trochę przestrzeni na samokształcenie po godzinnym staniu w korku, w drodze powrotnej do domu, może zasiądnąć przed ekranem komputera kosztem czasu spędzonego wieczorem ze swoimi bliskimi lub kosztem tej droższej godziny, kiedy może wreszcie ochłonąć po stresującym dniu pracy i wreszcie zająć się „dolce far niente”? Wątpię.

Czyżby odpowiedzią był blended-learning? Rozwiązanie, w którym szkolenia stacjonarne uzupełnione są e-learningiem, w idealnej

sytuacji mocno skorelowanym z zawartością tradycyjnych lekcji, gdzie występuje element kontaktu z człowiekiem, który dodatkowo motywuje i monitoruje nasze postępy w samodzielnej pracy, wydaje się bardziej efektywne. Ale kiedy zaczniemy się przyglądać tym szkoleniom językowym bliżej, zaczynamy dostrzegać niepokojące rysy. Po pierwsze, takie szkolenia są droższe od tzw. platform „samograjów”. Pomijam oczywisty koszt zajęć stacjonarnych, które mogą być trochę tańsze niż w przypadku regularnych kursów, ponieważ nie muszą odbywać się ze standardową częstotliwością. Druga, poważniejsza ryma jawi się, kiedy przyjrzymy się zawartości merytorycznej rozwiązań blended-learning.

Od kuchni

Przyjrzyjmy się zatem zawartości merytorycznej od strony dostawcy usług szkoleniowych, który ma za zadanie zrealizować idealną wizję klienta. Wizję ambitną, jako że idealnym rozwiązaniem byłoby szkolenie uwzględniające indywidualne potrzeby pracowników, czyli rozwiązanie autorskie, uszyte na miarę. Powinno ono być łatwe do implementacji technologicznie oraz dawać działowi HR narzędzia do monitorowania i raportowania postępów w nauce. Jednym słowem, profesjonalnie działająca autorska platforma e-learningowa, dostosowana do indywidualnych potrzeb, dobrze zgrana z zawartością tradycyjnych lekcji. Oczywiście są już dostawcy, którzy prawdopodobnie zaoferują takie rozwiązanie, przestarzy szlaki, mają własne rozwiązania, sprawdzone i działające. Zapewne jest ich niewielu. Obawiam się jednak, że będzie im trudno stworzyć zawartość za każdym razem, aby spełnić wymagania nowego klienta. Tworzenie takiego kursu wymaga niesamowitego nakładu pracy i zaangażowania dodatkowych środków. Jest więc kosztowo nieopłacalne, a szczególnie ostatnio, w dobie spowolnienia gospodarki, kiedy to cięcia kosztów dotyczą tak samo klientów, jak i ich dostawców. Jak więc, tak naprawdę, wygląda sytuacja wśród polskich dostawców e-learningu językowego?

Można wyróżnić trzy główne grupy dostawców: firmy IT, wydawcy podręczników i szkoły językowe. ▶

O wynikach badania, objętego patronatem „Personelu Plus”, „Learning problems – e-solutions. Pierwsze badanie jakościowe opisujące wykorzystanie e-learningu w korporacjach działających na polskim rynku” więcej można przeczytać w sierpniowym numerze „Personelu Plus” w artykule M. Czerneckiej „Learning Problems – e-solutions”, s. 72–75.

E-learning ewoluuje, mówi się już o wersji 3.0, która, jak wszystko wskazuje, będzie wykorzystywać elementy sztucznej inteligencji.

Pierwsza grupa to firmy informatyczne, które zatrudniają metodyków piszących zawartość kursu, czyli tzw. контент. Najczęściej oferują systemy do nauki autonomicznej, która – jak wiemy – jest mało efektywna. Ich produkty są mocno interaktywne, multimedialne, dobrze opracowane technicznie, zawierają wydajny system monitorowania postępów nauki

oraz sporo efektywnych „wodotrysków”, np. funkcje ćwiczenia wymowy. Często jednak ich słabością jest zawartość merytoryczna kursów. Dostawcy tych gotowych produktów zapewne będą w stanie przygotować kurs uszyty na miarę, ale w sytuacji kiedy o momencie złożenia zamówienia na szkolenie do czasu jego realizacji mija czasem najwyżej kilka

miesięcy, a w praktyce znacznie mniej, sugerowałbym bardzo umiarkowany optymizm.

Druuga grupa – tzw. publishers – znani i lubiani potentaci na rynku podręczników – od jakiegoś czasu oferuje również rozwiązania e-learningowe, zarówno jako uzupełnienie najnowszych podręczników (e-workbooki), jak i autonomiczne platformy do nauki (tych jest znacznie mniej). Ich kursy są bardzo dobrze opracowane metodycznie, ale często są jedynie dodatkiem do kursu tradycyjnego, a ich autonomiczne platformy nie zawsze dają się dostosować do kursu sztywnego na miarę, a także są mniej atrakcyjne pod względem multimedialnym.

Trzecia grupa, czyli szkoły językowe oferujące autorskie platformy e-learningowe, rzadko piszą swój własny контент ze względu na ograniczenia czasowe i finansowe. Korzystają więc częściej z zawartości oferowanych przez pozostałe grupy dostawców. Koło się zamyka.

Ambitna wizja o dobrze skrojonym e-learningu językowym traci na ostrości? Cóż, może warto jeszcze dorzucić, że o ile e-learning w języku angielskim ma się w miarę dobrze, to z innymi jest gorzej.

Różne oblicza e-learningu

Być może potrzeba nam wszystkim trochę czasu, aby sytuacja się poprawiła. Paradoksalnie jednak sam e-learning zmienia się tak szybko, że za chwilę nasz sposób myślenia o nim będzie inny. Może warto więc wybiec trochę w przyszłość i przygotować się na to, co nas czeka? Być może myślimy o nim w zbyt tradycyjny, linearny sposób, jako o kursach, modułach, zawartości, lekcjach, przez pryzmat naszych dotychczasowych doświadczeń z przyswajaniem wiedzy? Warto wspomnieć o tym, że e-learning ma wiele odsłon. E-learning to także m-learning (mobile learning), webinary (osobiście wolę formę webinarium), wirtualne klasy, interakcje z Wiki, blogi ekspertów, dzielenie się wiedzą na portalach społecznościowych. Zakup YouTube przez Google za ponad 1,5 mld dolarów powinien nam uświadomić, że sposób przekazywania i dzielenia się wiedzą już zaczyna odzwierciedlać mechanizmy i technologie kulturowane przez YouTube i Google. Co ciekawe, są to bardzo często rozwiązania darmowe.

A może microlearning? Wszystko wskazuje na to, że idziemy w kierunku wiedzy w pigułce. Według ekspertów od e-learningu będzie on (lub już zaczyna być) oparty raczej na bardzo krótkich prezentacjach niż na rozbudowanych modułach szkoleniowych. Staje się także w pełni mobilny, wykorzystując wszelkie zalety naszych smartfonów i tabletów, dzięki czemu jest dostępny wszędzie, gdzie jesteśmy. Także w kolejce po bilety do kina, przy biurku czy na nudnym zebraniu. O jego zawartości często decyduje odbiorca, wybierając interesujące go zagadnienia. Microlearning ma prosty system subskrypcji, można go zarchiwizować na swoim telefonie i wrócić do wybranego tematu w dowolnie wybranym momencie. I właściwie nie jest niczym nowym, ponieważ idea tzw. microteaching znana jest od dawna, stosowana przez dobrych nauczycieli-praktyków, którzy wiedzą, że nie sposób wymagać jest od ucznia, aby wyszedł z zajęć z więcej niż pięcioma nowo przyswojonymi słowami w języku obcym. Dlatego krótkie prezentacje słownictwa osadzonego w kontekście i poparte praktycznym ćwiczeniem, a za jakiś czas powtórką, są tak efektywne. Różnica między microlearning i microteaching jest w zasadzie różnicą

wynikającą ze zmiany naszego podejścia do rzeczywistości. Przestaje nas bawić podejście typu „push”, do tej pory podejście tradycyjne, kiedy to wiedzę czerpiemy od oświeconego autorytetu, który często narzuca nam swój styl i tempo nauki. Zaczyna dominować podejście „pull”, bo jesteśmy bardziej autonomiczni, samoświadomi, chcemy mieć większy wkład w swój proces uczenia się, wtedy kiedy mamy na to ochotę i czas, chcemy się uczyć szybciej, łatwiej i na temat. Brzmi jak *modus operandi* pokolenia Y?

Wychodząc przed szereg

Ale czy my, Polacy, nie jesteśmy pionierami w tej dziedzinie? Doskonałym przykładem microlearningu jest znany zapewne system SuperMemo. Opracowany już w latach 80. przez Jacka Gorzelańczyka i Piotra Woźniaka system przyswajania słownictwa zdobył międzynarodowe uznanie, dostępny jest już również na smartfony jako darmowa aplikacja. Bazuje na krótkich prezentacjach słownictwa oraz specjalnym algorytmie powtórek, który przyspiesza i wzmacnia proces uczenia się. Użytkownik w dużej mierze decyduje o zestawie słownictwa, którego chce się nauczyć.

Wiele szkół językowych stosuje także od dawna rozwiązania oparte na codziennym mailingu krótkich lekcji – ich przeczytanie zajmuje kilka minut. Daily English®, a także Taglicher Kurierdienst® wpisują się doskonale w metodykę microlearningu – są krótkie, łatwo strawne, cykliczne (mają określoną strukturę tematyczną zależnie od dnia tygodnia), zawierają też lekcje-powtórki i uczą słownictwa w kontekście kulturowym krajów obcojęzycznych, także gramatyki i funkcji językowych. Dzięki sprawdzonej aplikacji automatycznej wysyłki uruchomienie lub wyłączenie subskrypcji jest bardzo proste i pozwala swoim zasięgiem objąć kilka tysięcy odbiorców. W niedalekiej przyszłości powstanie wersja mobilna na smartfony. Inną formą microlearningu, który stosują szkoły językowe, są np. Webcasty, czyli krótkie filmiki, które mogą być bezpośrednio odpowiedzią na zadane ekspertowi pytanie.

Znana wielu witryna BBC Learning English² również wpisuje się w metodologię microlearningu, oferując krótkie multimedialne lekcje oparte na aktualnych wiadomościach

– koncentruje się na żywym języku, popularnych slangowych zwrotach, ale też na słownictwie biznesowym.

Wiele wskazuje na to, że microlearning ma się dobrze, jest rozwiązaniem sprawdzonym, prostym i często darmowym.

Pożyjemy, zobaczymy

E-learning ewoluuje, mówi się już o wersji 3.0, która, jak wszystko wskazuje, będzie wykorzystywać elementy AI, czyli sztucznej inteligencji. Jak się w tym wszystkim odnaleźć? Czy warto krótkowo trzymać się znanych do tej pory formuł e-learningu językowego, tego autonomicznego i tego hybrydowego, w linearnej formie? Wygląda na to, że to końcowy użytkownik będzie miał najwięcej do powiedzenia w kwestii tego, jaką formułę szkolenia wybrać, będzie miał możliwość jego kształtowania, będzie mógł precyzyjnie dobrać jego zawartość do potrzeb. Całkiem możliwe więc, że odpowiedzialność za proces kształcenia spadnie bezpośrednio na niego, pojawi się też element autentycznej ciekawości i motywacji do szkolenia. Możliwe, że będą to coraz częściej ogólnodostępne, darmowe rozwiązania przygotowywane przez pasjonatów pragnących podzielić się swoją wiedzą, jak np. nowa odsłona TED-a „TED-Ed Lessons Worth Sharing”, gdzie można opublikować opracowaną przez siebie lekcję. Nowe technologie dają coraz więcej możliwości i narzędzi, dzięki którym jednostka może działać na tym polu tyle samo, co średniej wielkości firma, czasami zbyt wolno reagująca na potrzeby rynku. Wydaje się, że zanim przyzwyczaimy się do koncepcji e-learningu w językach w dotychczasowej formie, rzeczywistość zaproponuje nam rozwiązania prostsze, tańsze i bardziej przyjazne. ■



Marcin Kwieciński

dyrektor metodyczny w Worldwide School, doświadczony lektor języka angielskiego biznesowego. Wcześniej pracował jako wykładowca Kolegium Języka Angielskiego, zajmował się

rekrutacją lektorów i szkoleniami

z zakresu metodyki nauczania. Był także Kierownikiem

Programu TEFL (Teaching English as a Foreign Language)

w Amerykańskim Korpusie Pokoju.

² www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/, dostęp: 22 sierpnia 2012 r.