

DOSPĚLÍ NA OKRAJI INFORMAČNÍ SPOLEČNOSTI:

Jaké jsou motivy dospělých k překonání
„digitálního“ handicapu?

Hana Zúkalová, Jiří Zounek

Ústav pedagogických věd FF MU
www.phil.muni.cz/wupv
www.zounek.cz

Konference PEDAGOGICKÁ EVALUACE '08 / SOCIÁLIA 2008

Příspěvek je dílčím výstupem výzkumného
projektu

**Vzdělávání dospělých
v různých fázích životního cyklu:
priority, příležitosti
a možnosti rozvoje**

**Projekt je podporovaný MPSV ČR,
č. 1J 017/04.**

ICT v životě dospělých

- ◆ znalost práce s ICT = stěžejní předpoklad pro plnohodnotný život a uplatnění ve společnosti
- ◆ ICT souvisejí s ekonomickou aktivitou jednotlivce, jeho postavením na trhu práce, zaměstnatelností

Vzdělávací aspekty ICT v životě dospělých

- ◆ ICT nástroj pro formální, neformální a informální vzdělávání
- ◆ ICT = obsah i nástroj vzdělávání
- ◆ e-learning, blended learning

Digitální propast (digital divide)

- ◆ rozdíl mezi těmi, kteří mohou profitovat z možností poskytovaných ICT a těmi bez této možnosti
- ◆ zvyšuje se i hrozba sociálního vyloučení lidí, kteří tyto technologie nevlastní nebo je z nějakého důvodu nevyužívají (někdy také e-exkluze)

Česká republika

eČesko 2006: úkol vlády je boj proti digital divide

„formou odstraňování překážek a podporou možností celoživotního vzdělávání v oblasti informační gramotnosti pro nejširší vrstvy obyvatelstva“

*(Státní informační a komunikační politika,
e-Česko 2006)*

Rozdíly mezi dospělými ve využívání ICT – jedna z podob digitální propasti

- ◆ **Počítačově zdatní – 43 %**
(Běžní a Pokročilí uživatelé, Profesionálové)
- ◆ **Počítačově nezdatní – 57 %**
(Nepracují s počítačem a Začátečníci)
- ◆ reprezentativní šetření, květen 2005,
1418 respondentů, věk 20-65 let,

Tento příspěvek vychází z ...

- ◆ kvalitativního šetření
- ◆ respondenti: osoby, které jsou již některou formou exkluze ohroženy a zároveň účastníci „počítačového“ kurzu
- ◆ 8 žen a 4 muži
- ◆ hloubkové rozhovory

Cíle

- ◆ identifikovat vnitřní i vnější zdroje/motivace, které ovlivňují rozhodnutí respondentů překonat e-exkluzi a zda ji vůbec jako exkluzi vnímají
- ◆ analyzovány i širší životní souvislosti, které mají vliv na celkový postoj respondentů k ICT

Motivy a bariéry na cestě přes digitální propast

- ◆ respondenti se vnímají jako vyloučení
- ◆ reagují rezistentně

Bariéry na cestě přes digitální propast

- ◆ nedostatek času a financí
- ◆ tzv. nepovolený únik z role matky
- ◆ manžel si nepřál zakoupení počítače
- ◆ negativní sebehodnocení a sebepodceňování
- ◆ negativní zkušenost ze školy

Motivy

- ◆ závislost na okolí – někdo musí respondentům pomoci, nejsou schopni sami s ICT pracovat
- ◆ tlak okolí – zaměstnavatelé
- ◆ nástup dítěte do školy

Základní typy účastníků kurzu podle motivů a bariér

◆ Hledači

- vnímají tlak společnosti, cítí se izolovaní a pocítují stud, hledání sama sebe
- absolvování kurzu pocítují jako vítězství a otevření nové „brány“

◆ Trendisté

- motivem je „kolonka do životopisu“ a získání lepší práce
- ICT pořizují zejména kvůli nástupu dítěte do školy
- větší význam ale PC pro svůj život nepřipisují
- smyslem života: rodina

◆ Konzumenti

- vnímají tlak společnosti, mají strach z odsouzení a hlavně strach ze selhání
- svět vnímají jako velmi komplikovaný, pocítují nespokojenost
- typická je kritika ICT a popírání výhod, ale vnímají ICT jako ulehčení svého života
- nechtějí na sobě pracovat, měnit se

◆ Aktivisté

- kurz je přirozený vývoj jejich životní a profesní cesty
- ICT jako pracovní nástroj
- nezávislí a samostatní
- neradi se dostávají do situace, kdy potřebují pomocí ICT něco vyřídit a musí žádat o pomoc okolí

Transfer přes digitální propast

- ◆ **vzdělávací transfer** = symbolické překonání digitální propasti
- ◆ **vítězství a krok k dalším možnostem**
- ◆ **nutné podmínky: dostupné příležitosti a nabídky, srozumitelnost (zde „počítačovina“)**

Závěrem

- ◆ v momentě nástupu do kurzu a zejména po jeho absolvování se stává počítačová gramotnost vzdělávací potřebou
- ◆ následný zájem o vzdělávání i v jiných oblastech
- ◆ dostupnost - finanční, časová + plná akceptace a porozumění dané cílové skupině

Děkuji za pozornost