



UNIwersytet Zielonogórski



Instytut Pedagogiki



Zakład Mediów i Technologii Informacyjnych



JJ Kursy



Eunika Baron-Polańczyk
Jacek Jędryczkowski

PROJECT "SHORT AND TO THE POINT" COGNITIVE STRATEGIES (RESEARCH REPORT)

Projekt "Krótko i na temat,, - strategie poznawcze (raport z badań)



V INTERNATIONAL INTERDISCIPLINARY ACADEMIC CONFERENCE
Artificial Intelligence in Sciences and Arts. Chances and Dangers
29th – 30th JUNE
LONDON 2024

JJ Kursy - YouTube

youtube.com/@JKursy/videos

Szukaj



Microsoft Office
KURSY
Systemy operacji

dr Jacek Jedryczkowski
jjedryczkowski@kmbi.uz.zgora.pl
JJ KURS - MULTIMEDIA - E-LEARNING

YouTube

JJ Kursy

@JKursy · 2,1 tys. subskrybentów · 232 filmy

JJ Kursy to kanał o praktycznych zastosowaniach ICT i multimediów. Stanowi uzupełnienie... >

staff.uz.zgora.pl/jjedrycz

Dostosuj kanał Zarządzaj filmami

Główna Wideo Na żywo Playlists Społeczność

W 2015 roku uruchomiono kanał edukacyjny JJ Kursy, którego koncepcja powstała w wyniku badań nad preferencjami poznawczymi studentów

www.youtube.com/@JKursy

Najnowsze Popularne Najstarsze



Ukrywanie ruchu galek ocznych podczas streamingu. NVIDIA Broadcast jako...

151 wyświetleń · 5 miesięcy temu



Wieloschówek. Historia kopiowania w schowku Windows 11

440 wyświetleń · 9 miesięcy temu



Emotikony w Windows 10 i 11

105 wyświetleń · 9 miesięcy temu



Jak zaktualizować system operacyjny? Windows Update.

584 wyświetlenia · 10 miesięcy temu



Podstawowe statystyki kanału edukacyjnego (17.06.2015 - 21.06.2024)

Udostępniane materiały

Filmy ogólnodostępne: 232

Filmy tylko dla studentów UZ: 26

Oglądalność kanału

Wyświetlenia: 1 619 293

Czas oglądania: 55 703 godz. (6 lat i 130 dni)

Subskrybenci: 2102 (dla porównania Uniwersytet Zielonogórski: 772)

Korzystanie z materiałów przez studentów Uniwersytetu Zielonogórskiego z poziomu stron przedmiotów (każdy przedmiot ma własną stronę internetową z osadzonymi materiałami wideo)

Wyświetlenia: 22 976 (1,5%)

Czas: 1717 godz. (3,2%)

Kanał edukacyjny JJ Kursy pełni zatem funkcję masowego otwartego kursu online (MOC)

Dofinansowanie kanału przez Centrum Rozwoju Przemysłów Kreatywnych w wyniku rozstrzygnięcia konkursu Rozwój Sektorów Kreatywnych

W 2023 roku materiały dydaktyczne udostępniane na kanale YouTube „JJ Kursy” uzyskały dofinansowanie w efekcie konkursu **Rozwój Sektorów Kreatywnych**, organizowanego przez **Centrum Rozwoju Przemysłów Kreatywnych**. Wniosek projektowy zajął wysokie 9 miejsce wśród 49 zakwalifikowanych do realizacji, przy ponad 600 złożonych.

W ramach realizacji zadania opracowano 50 filmów pod wspólnym tytułem „Krótko i na temat”. Materiały zostały przetestowane w ramach działalności Stowarzyszenia „Za BOREM” na zajęciach Akademii Programowania i Robotyki podczas warsztatów dla dzieci i młodzieży oraz seniorów. Weryfikacja przydatności dydaktycznej miała miejsce także w ramach zajęć ze studentami Uniwersytetu Zielonogórskiego. **Podsumowaniem projektu była konferencja naukowa zorganizowana przez Zakład Mediów i Technologii Informacyjnych Uniwersytetu Zielonogórskiego.**



Szukaj



Główna



Shorts



Subskrypcje



Biblioteka



Historia



KRÓTKO I NA TEMAT

JJ Kursy

50 filmów · 1257 wyświetleń · Ostatnia aktualizacja: 25 sl...



Odtwórz wsz...

Losowo

Playlista zawierająca 50 filmów opracowanych w ramach zadania pn. „Krótka i na temat” realizowanego w ramach programu „Rozwój Sektora Kreatywnych” dofinansowanego ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Materiały pogrupowano w pięciu kategoriach:

1. PODSTAWY TI (rozwiązania i triki usprawniające pracę z systemem operacyjnym Windows).
2. SOFTWARE (rozwiązania i triki usprawniające pracę z popularnymi aplikacjami komputerowymi).
3. HARDWARE (konfiguracja i ustawienia komputera i wybranych urządzeń peryferyjnych).
4. BEZPIECZEŃSTWO I OCHRONA DANYCH
5. DARMOWE APLIKACJE I ZASTOSOWANIA (wybrane - darmowe aplikacje i serwisy w codziennych/ ciekawych zastosowaniach). Filmy od 3 do 10 minut.

1 Rozszerzenia nazw plików. Co trzeba o nich wiedzieć?



JJ Kursy · 123 wyświetlenia · 1 miesiąc temu

2 Jak zmieniać nazwy plików i folderów?



JJ Kursy · 63 wyświetlenia · 1 miesiąc temu

3 Jak zaznaczać pliki i foldery?



JJ Kursy · 51 wyświetleń · 1 miesiąc temu

4 Jak kasować pliki i foldery?



JJ Kursy · 51 wyświetleń · 1 miesiąc temu

5 Jak kopiować i przenosić pliki i foldery?



JJ Kursy · 113 wyświetleń · 1 miesiąc temu

6 Jak tworzyć foldery w systemie Windows?



JJ Kursy · 79 wyświetleń · 1 miesiąc temu

7 Jak umieścić ikony i skróty na pulpicie Windows 11?



JJ Kursy · 71 wyświetleń · 1 miesiąc temu

8 Jak kontrolować Autostart w systemie Windows?



JJ Kursy · 42 wyświetlenia · 1 miesiąc temu

9 Jak zmieniać rozmiary ikon? Powiększanie i pomniejszanie dokumentów i stron internetowych.



JJ Kursy · 67 wyświetleń · 1 miesiąc temu

10 Jak rozmieszczać okienka w Windows 10 i 11?



JJ Kursy · 75 wyświetleń · 1 miesiąc temu

Kanał JJ Kursy - playlista „KRÓTKO I NA TEMAT”

www.youtube.com/@JJKursy/playlists

Teoretyczne podstawy badań

Przyjęte teoretyczne podstawy podkreślają jedną z możliwych propozycji kształtowania i rozwijania kompetencji informacyjnych/informatycznych, dostrzegającą fundamenty nowoczesnego nauczania i uczenia się w:

- **teorii konstruktywistycznej**

- ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy społeczno-kulturowej, wskazując na jeden ze sposobów myślenia o formowaniu wiedzy – uczeniu się o metodach i narzędziach ICT za pośrednictwem ICT¹;

- **wskazaniach na szerokie oddziaływania współczesnej technologii – koncentrację uwagi**

- proces warunkujący: świadome sterowanie własną działalnością, optymalizację odbioru i przetwarzanie informacji, ukierunkowanie czynności poznawczych, reagowanie na interesujące bodźce, czy (co istotne z perspektywy podjętego obszaru badań) utrzymanie stanu gotowości do aktywności edukacyjnej, podejmowanej przez ucznia celowej i zorganizowanej działalności w sferze kognitywnych narzędziami ICT².

- **autoedukacji**

- samorealizacji, samostanowieniu, edukację otwartą³

[¹Siemieniecki, 2007, 2013; Henson, 2015; Berdik, 2020; ²Szewczuk 1998, s. 948; Przetacznik-Gierowska, Makięto-Jarża, 1989, s. 119, 122; Maruszewski 1996, s. 76-85; Zimbardo 1999, s. 285; Sternberg 2001, s. 68, 75; Okoń 2001, s. 427; ³Melosik, Szkudlarek, Kwieciński, Witkowski]

Metodologiczne podstawy badań

Z perspektywy metodologii badań pedagogicznych na etapie konceptualnym projektu założono, że podjęta działalność będzie miała postać:

- badań diagnostycznych¹
- o charakterze mieszanym (ilościowo-jakościowym)²
- osadzonych głównie w pedagogice medialnej

[¹Ferguson, Takane, 2003, s. 33, 233-254; 2016; Rubacha, 2008, s. 29; Pilch, 2010, s. 66; ²Dróżka, 2010, s. 125; Furmanek, 2016; Urbaniak-Zajęc, 2019, s. 122].

Cel badań

Cel poznawczy: ustalenie **czynników determinujących korzystanie** z edukacyjnych materiałów wideo reprezentantów trzech grup wiekowych (dzieci i młodzież, studenci/dorośli, seniorzy).

Cel praktyczny: wypracowanie **rekomendacji dla twórców** edukacyjnych materiałów wideo uwzględniających preferencje poznawcze trzech grup wiekowych (dzieci i młodzież, studenci/dorośli, seniorzy).

Problemy badawcze

Główny problem badawczy

Jakie **czynniki determinują korzystanie** z edukacyjnych materiałów wideo reprezentantów trzech grup wiekowych (dzieci i młodzież, studenci/dorośli, seniorzy)?

Szczegółowe problemy badawcze

1. Jakie **strategie poznawcze** stosują reprezentanci trzech grup wiekowych (dzieci i młodzież, studenci/dorośli, seniorzy)?
2. Jakie **kompetencje informatyczne** przejawiają reprezentanci trzech grup wiekowych (dzieci i młodzież, studenci/dorośli, seniorzy)?
3. Dlaczego reprezentanci trzech grup wiekowych (dzieci i młodzież, studenci/dorośli, seniorzy) **korzystają/nie korzystają** z poradników wideo w Internecie?

Metody, techniki, środowisko

Procedura diagnostyczna¹ - sondaż diagnostyczny²

zastosowano trzy techniki:

- ankieta³
- wywiad otwarty⁴
- obserwacja uczestnicząca⁵

[¹Gnitecki, 1996, s. 105; Skulicz, 2010, s. 221-225; ²Babbie, 2016, s. 247, 255-264; Nowak, 2007, s. 47; ³Pilch, Bauman, 2001, s. 96; Babbie, 2016, p. 247, 255-264; ⁴Pilch, Bauman, 2001, s. 91, 92; Łobocki, 2009, s. 3; Frankfort-Nachmias, Nachmias, 2001, s. 249, 612; Frankfort-Nachmias i in., 2015, s. 240-265; ⁵Rubacha, 2008, s. 151-157].



UNIwersYTET ZIELONOGÓRSKI



INSTYTUT PEDAGOGIKI



ZAKŁAD MEDIÓW I TECHNOLOGII INFORMACYJNYCH



JJ KURSY

UNIwersYTET
ZIELONOGÓRSKI

RAPORT Z BADAŃ

Oglądalność materiałów wideo zrealizowanych w ramach projektu „Krótko i na temat”

Playlista	Liczba filmów	Łączny czas materiałów na playliście	Wyświetlenia	Czas oglądania [h]
PODSTAWY TI	10	00:22:43	5689	107,9
SOFTWARE	10	00:23:52	11861	241,7
HARDWARE	10	00:16:45	24880	374,2
BEZPIECZEŃSTWO I OCHRONA DANYCH	10	00:21:11	9099	193,5
DARMOWE APLIKACJE I ICH ZASTOSOWANIA	10	01:31:50	7073	366,6
RAZEM: "KRÓTKO I NA TEMAT,"	50	2:56:21	58 602	1283,9

[PLAYLISTY](#)

RAPORTY YOUTUBE ANALYTICS

Obserwacja i wnioskowanie na temat procesu uczenia odbiorców filmów edukacyjnych

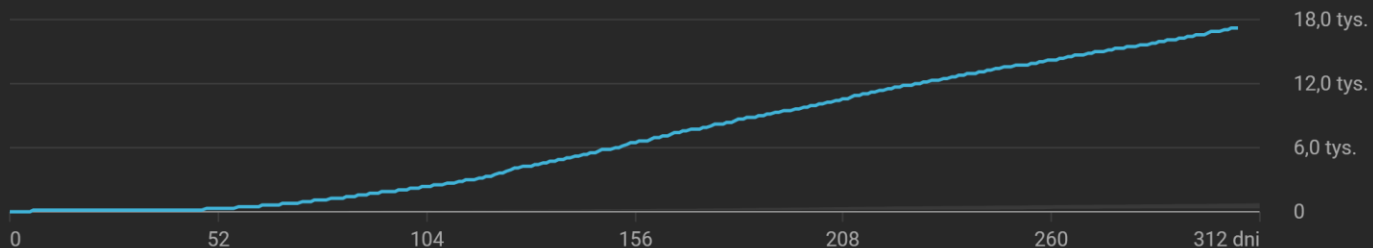


Wyświetlenia
17,3 tys. ↑
O 16,5 tys. więcej niż zwykle

Czas oglądania (w godzinach)
283,7 ↑
O 263,7 więcej niż zwykle

Subskrybenci
+7

● Ten film ● Typowe wyniki



W czasie rzeczywistym

● Aktualizowane w czasie rzeczywistym

155

Wyświetlenia · Ostatnie 48 godzin



Najważniejsze źródła wizyt Wyświetlenia

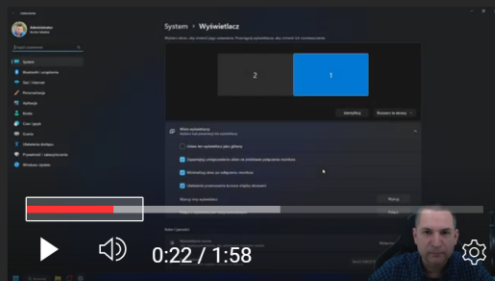
Zewnętrzne	53,5%	
Wyszukiwarka w YouTube	41,9%	

Średni czas oglądania

0:58

Średni procent obejrzenia

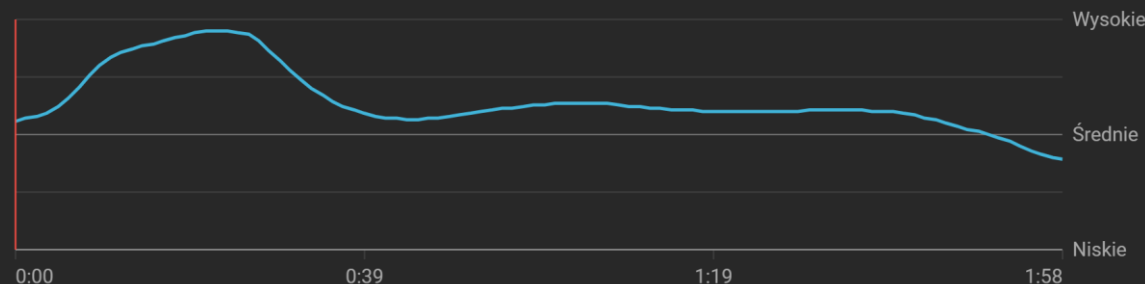
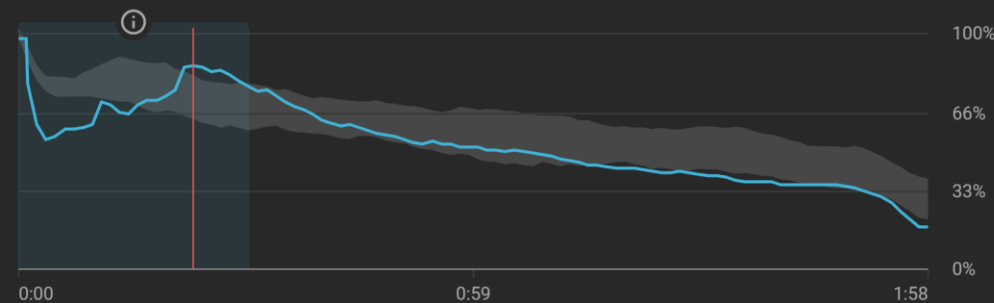
50,0%



● Ten film ● Typowy poziom utrzymania uwagi odbiorców

Przewodnik po wykresie ?

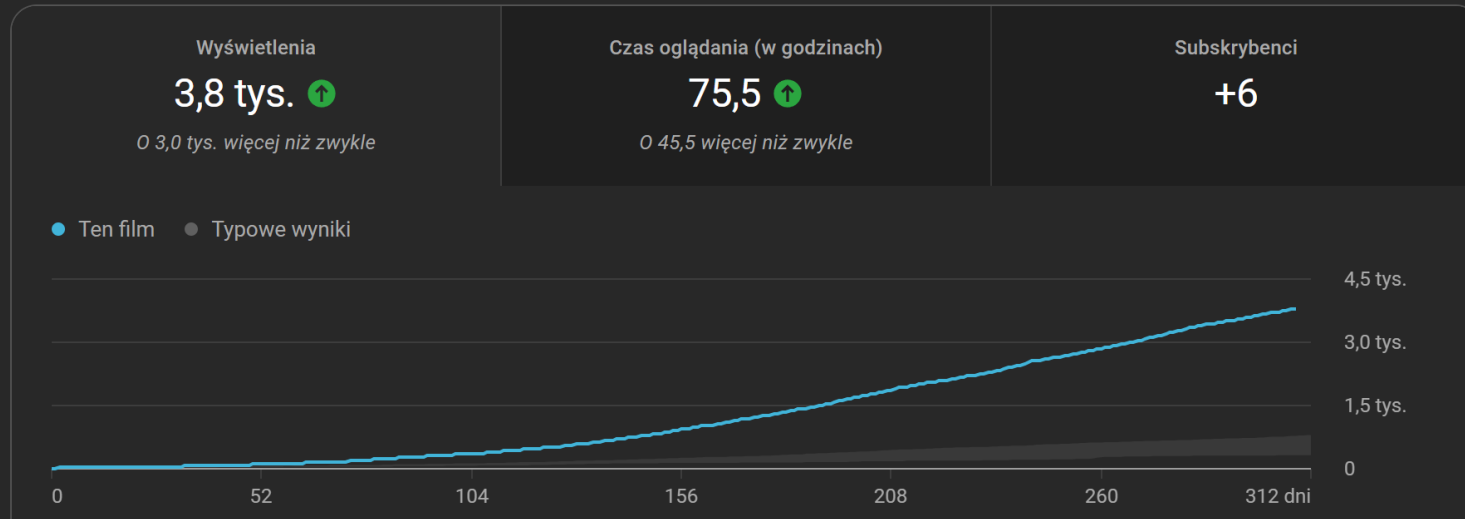
W porównaniu do innych filmów



78% widzów nadal oglądało film w okolicach 0:30, co stanowi typową wartość. Dowiedz się więcej, porównując z Twoimi innymi filmami.

RAPORTY YOUTUBE ANALYTICS

Obserwacja i wnioskowanie na temat procesu uczenia odbiorców filmów edukacyjnych



W czasie rzeczywistym

● Aktualizowane w czasie rzeczywistym

34

Wyświetlenia · Ostatnie 48 godzin ▾



Najważniejsze źródła wizyt Wyświetlenia

Wyszukiwarka w YouTube 44,1%

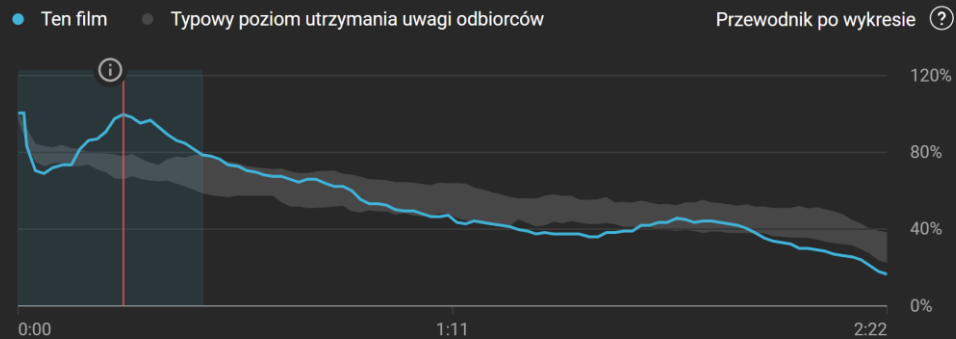
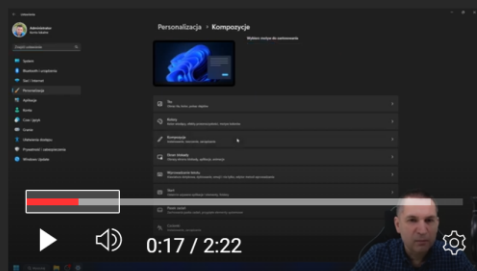
Zewnętrzne 32,4%

Średni czas oglądania

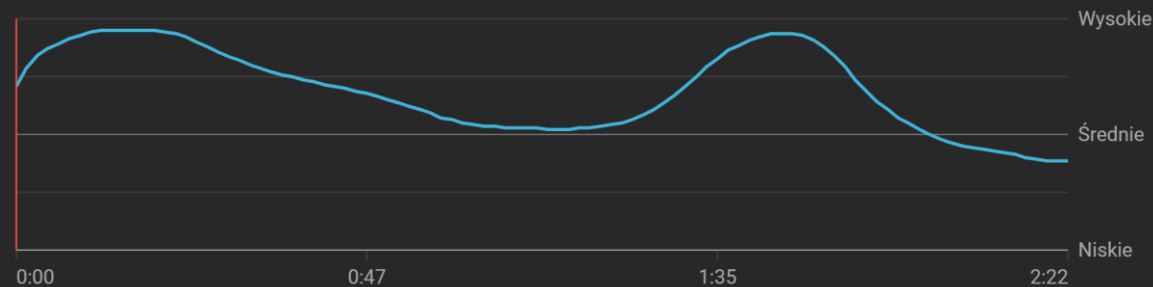
1:11

Średni procent obejrzenia

50,4%



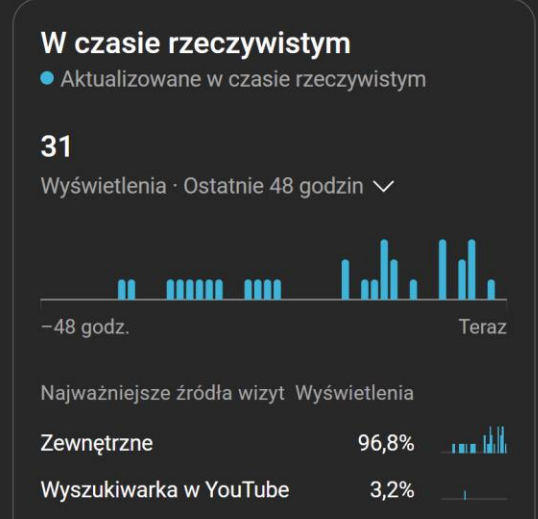
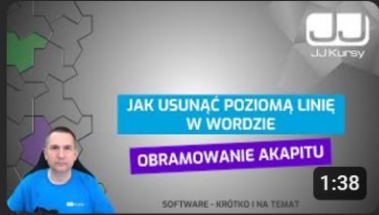
W porównaniu do innych filmów



80% widzów nadal oglądało film w okolicach 0:30, co stanowi typową wartość. Dowiedz się więcej, porównując z Twoimi innymi filmami.

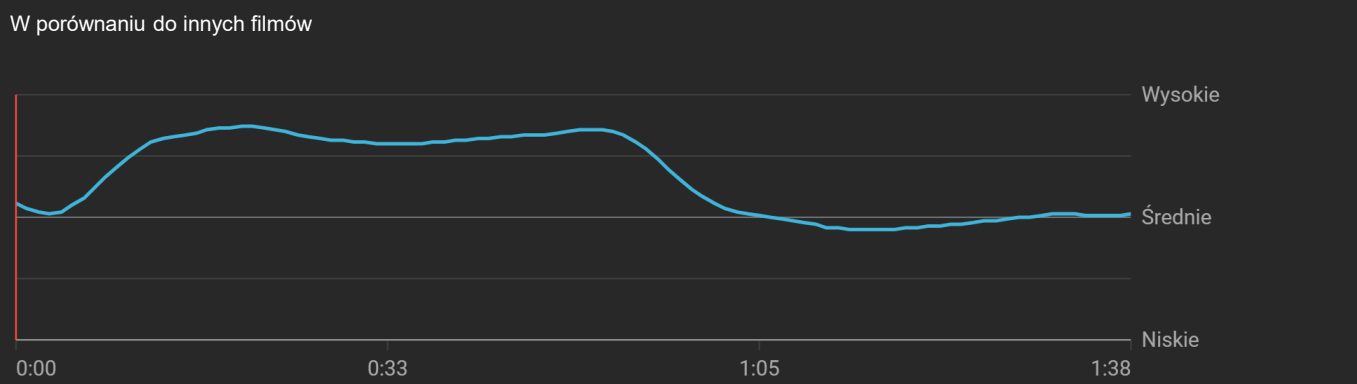
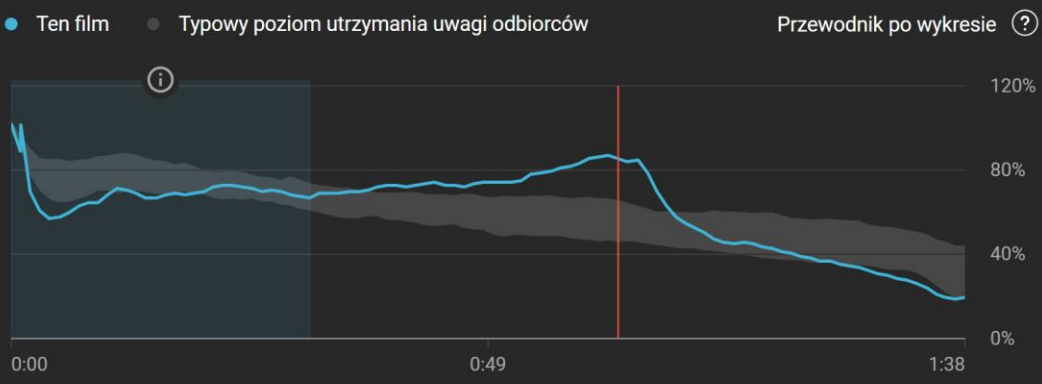
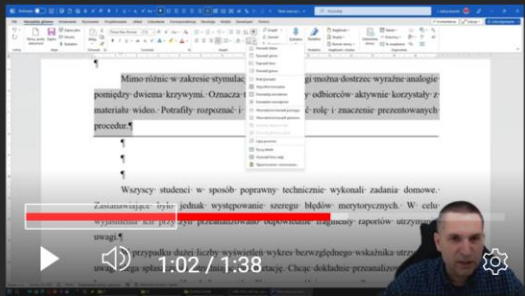
RAPORTY YOUTUBE ANALYTICS

Obserwacja i wnioskowanie na temat procesu uczenia odbiorców filmów edukacyjnych



Średni czas oglądania
0:57

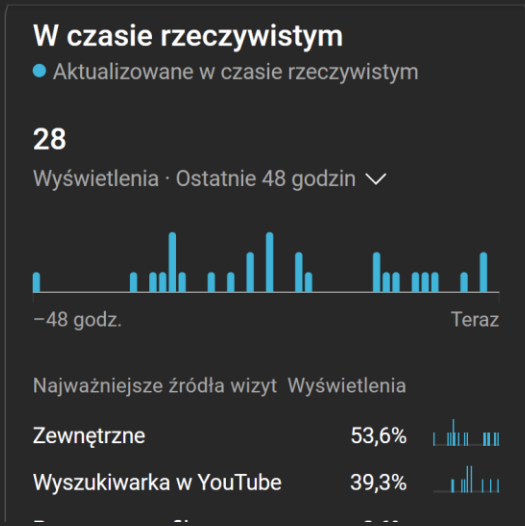
Średni procent obejrzenia
58,5%



68% widzów nadal oglądało film w okolicach 0:30, co stanowi typową wartość. Dowiedz się więcej, porównując z Twoimi innymi filmami.

RAPORTY YOUTUBE ANALYTICS

Obserwacja i wnioskowanie na temat procesu uczenia odbiorców filmów edukacyjnych



Kluczowe momenty utrzymania uwagi odbiorców

Średni czas oglądania

0:31

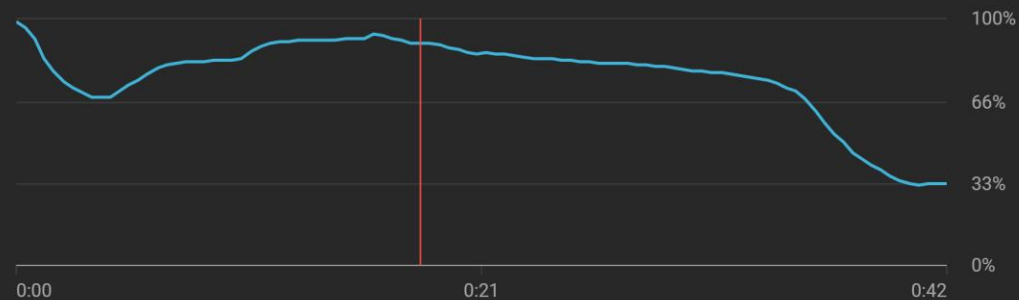
Średni procent obejrzenia

75,1%

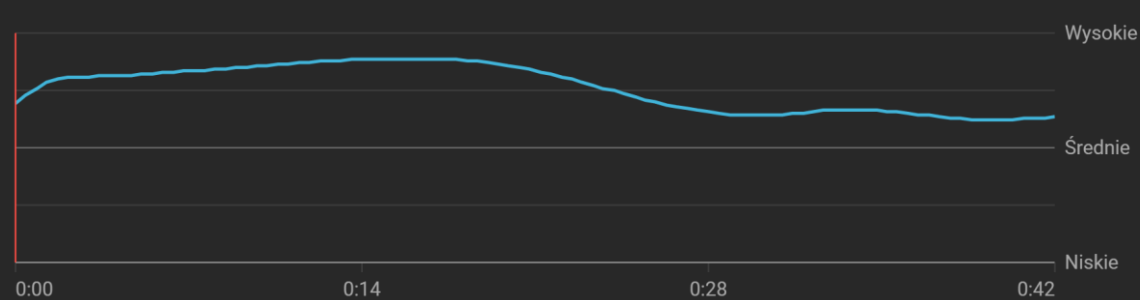


● Ten film ● Typowy poziom utrzymania uwagi odbiorców nie jest dostępny

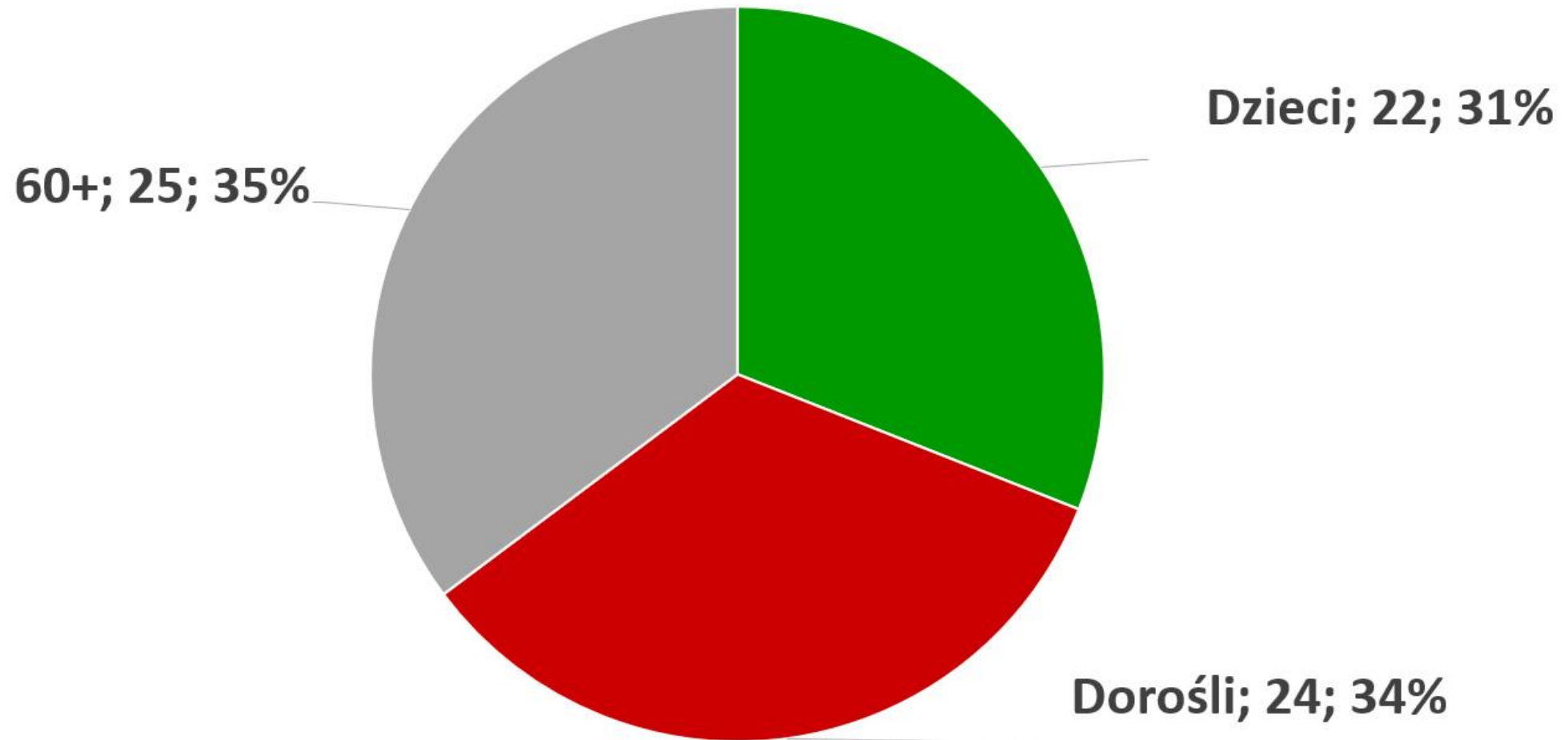
Przewodnik po wykresie (?)



W porównaniu do innych filmów (?)



GRUPA BADAWCZA (N=71)



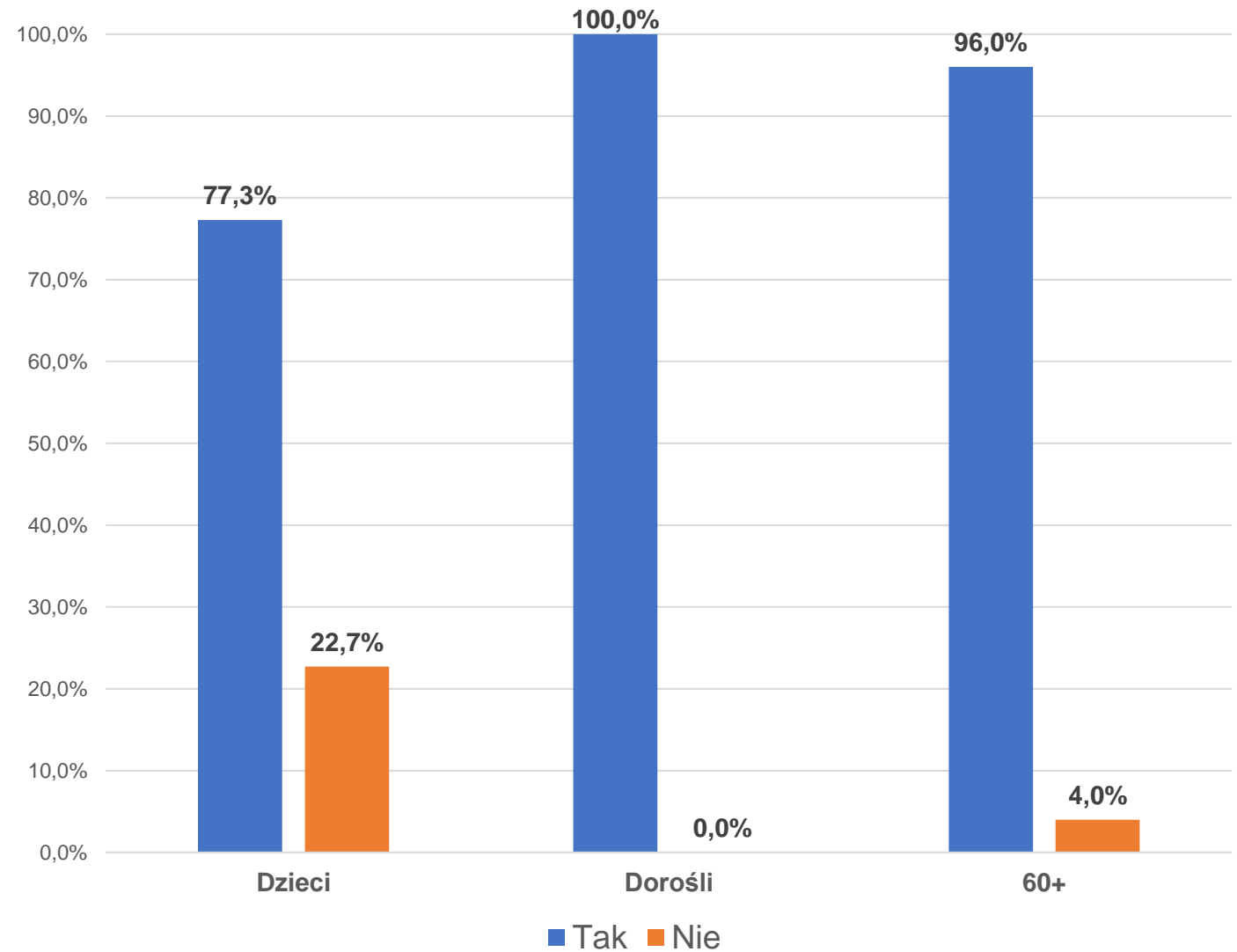
(wszyscy uczestnicy zajęć warsztatowych → ten sam program/te same treści programowe)

WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Czy prezentowane materiały są zrozumiałe?

	Dzieci	Dorośli	60+
Tak	17	24	24
Nie	5	0	1

	Dzieci	Dorośli	60+
Tak	77,3%	100,0%	96,0%
Nie	22,7%	0,0%	4,0%

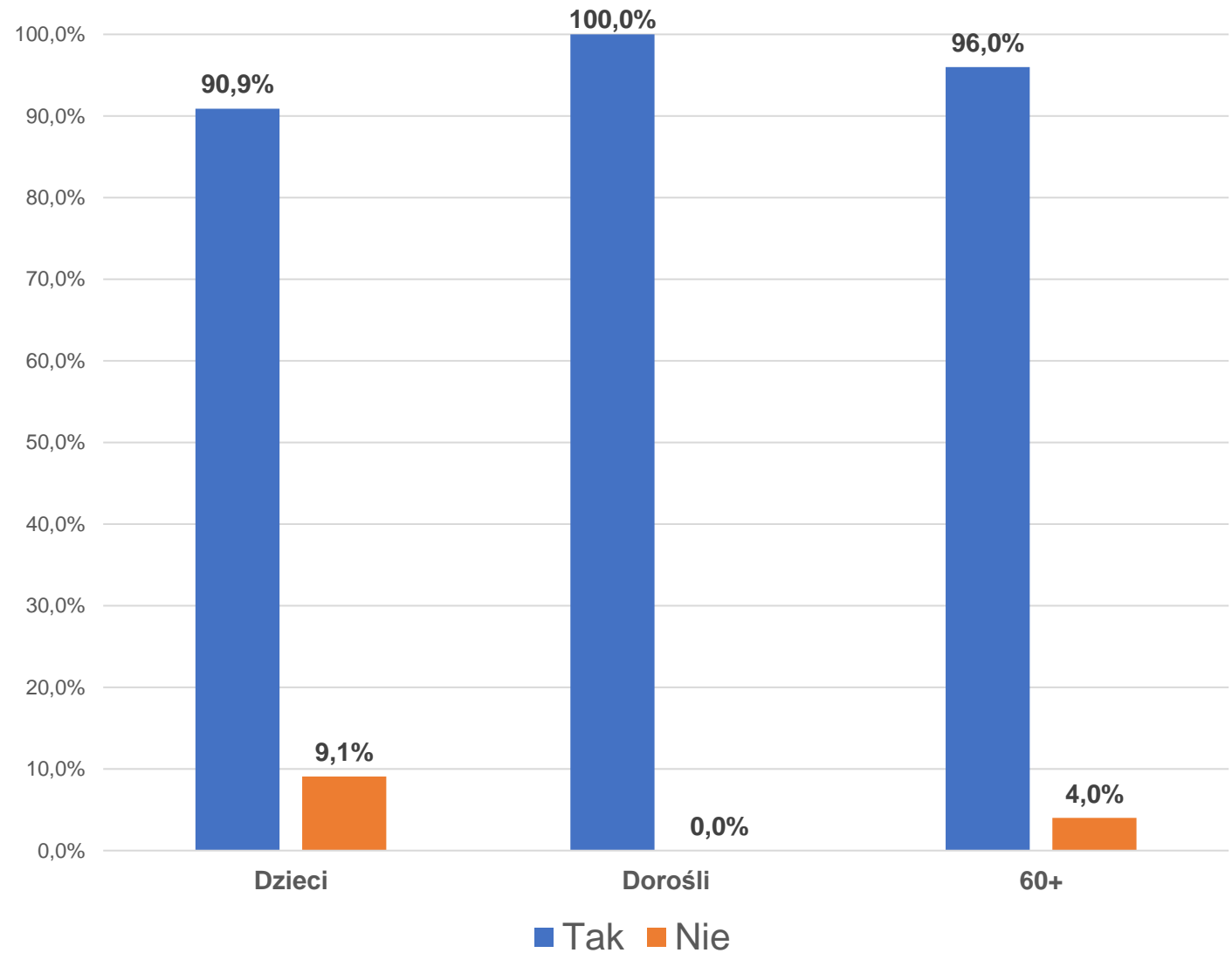


WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Czy prezentowane materiały mogą być przydatne?

	Dzieci	Dorośli	60+
Tak	20	24	24
Nie	2	0	1

	Dzieci	Dorośli	60+
Tak	90,9%	100,0%	96,0%
Nie	9,1%	0,0%	4,0%

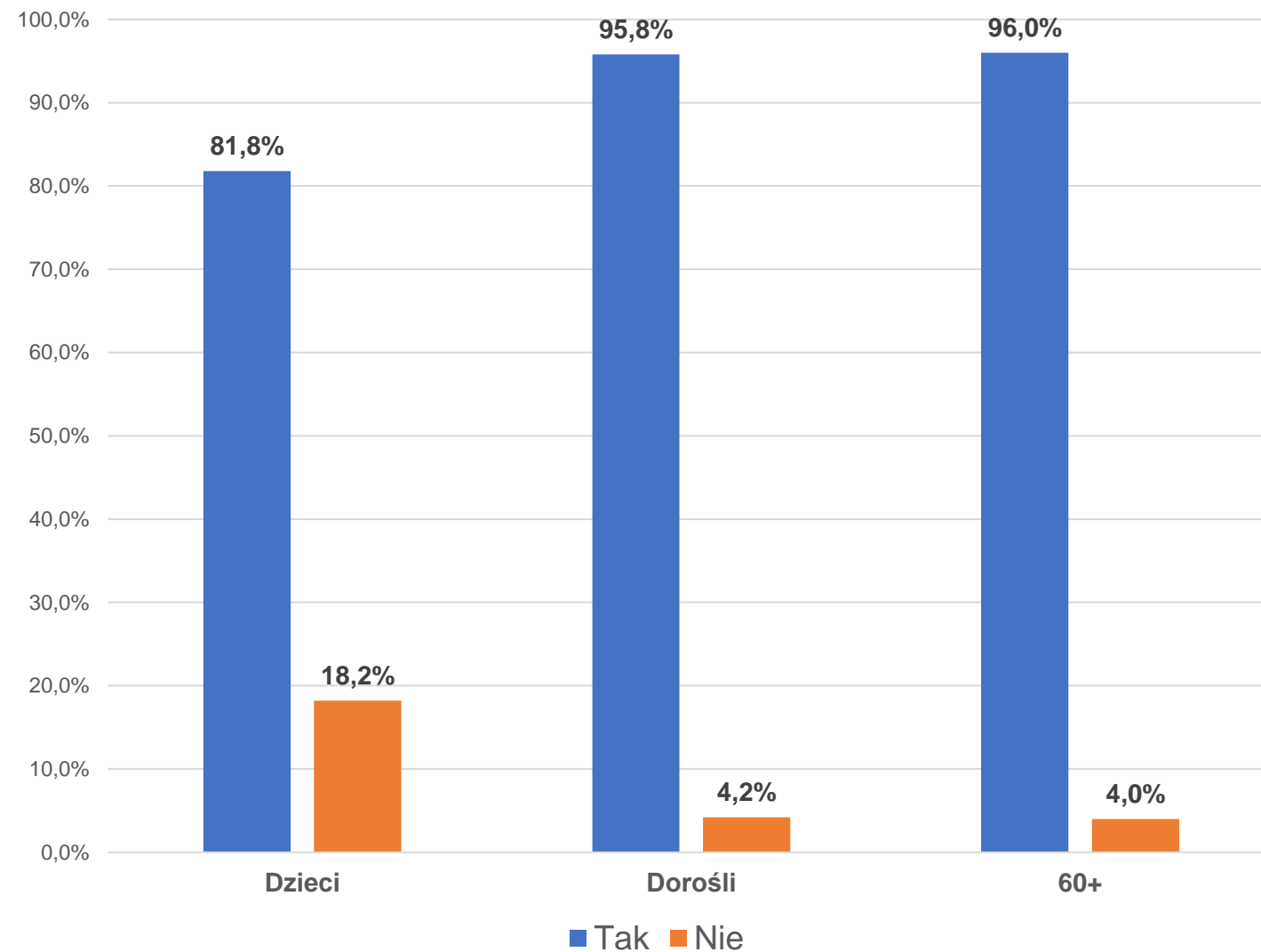


WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Czy prezentowane materiały są interesujące?

	Dzieci	Dorośli	60+
Tak	18	23	24
Nie	4	1	1

	Dzieci	Dorośli	60+
Tak	81,8%	95,8%	96,0%
Nie	18,2%	4,2%	4,0%

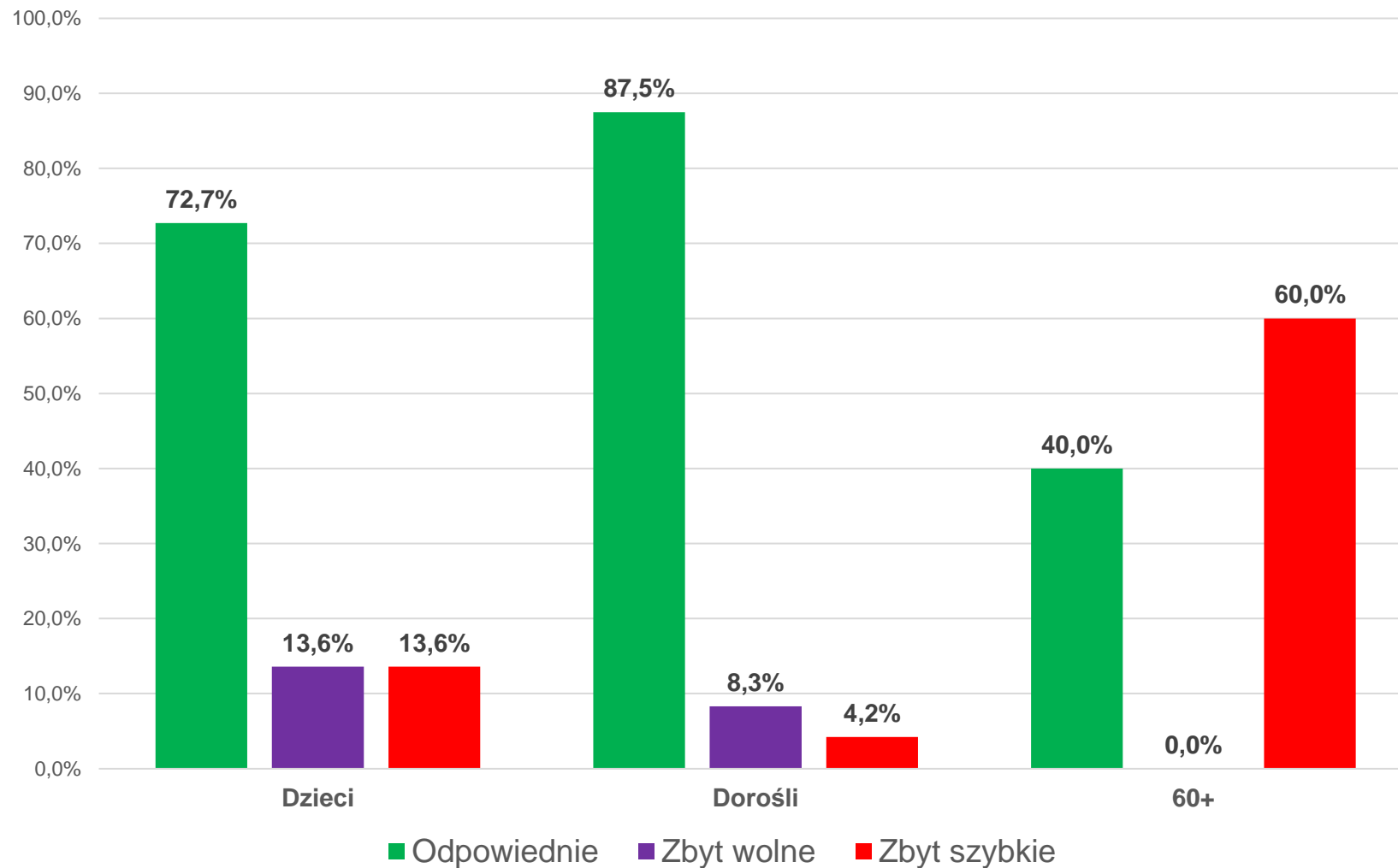


WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Ocena tempa przekazu

	Dzieci	Dorośli	60+
Odpowiednie	16	21	10
Zbyt wolne	3	2	0
Zbyt szybkie	3	1	15

	Dzieci	Dorośli	60+
Odpowiednie	72,7%	87,5%	40,0%
Zbyt wolne	13,6%	8,3%	0,0%
Zbyt szybkie	13,6%	4,2%	60,0%

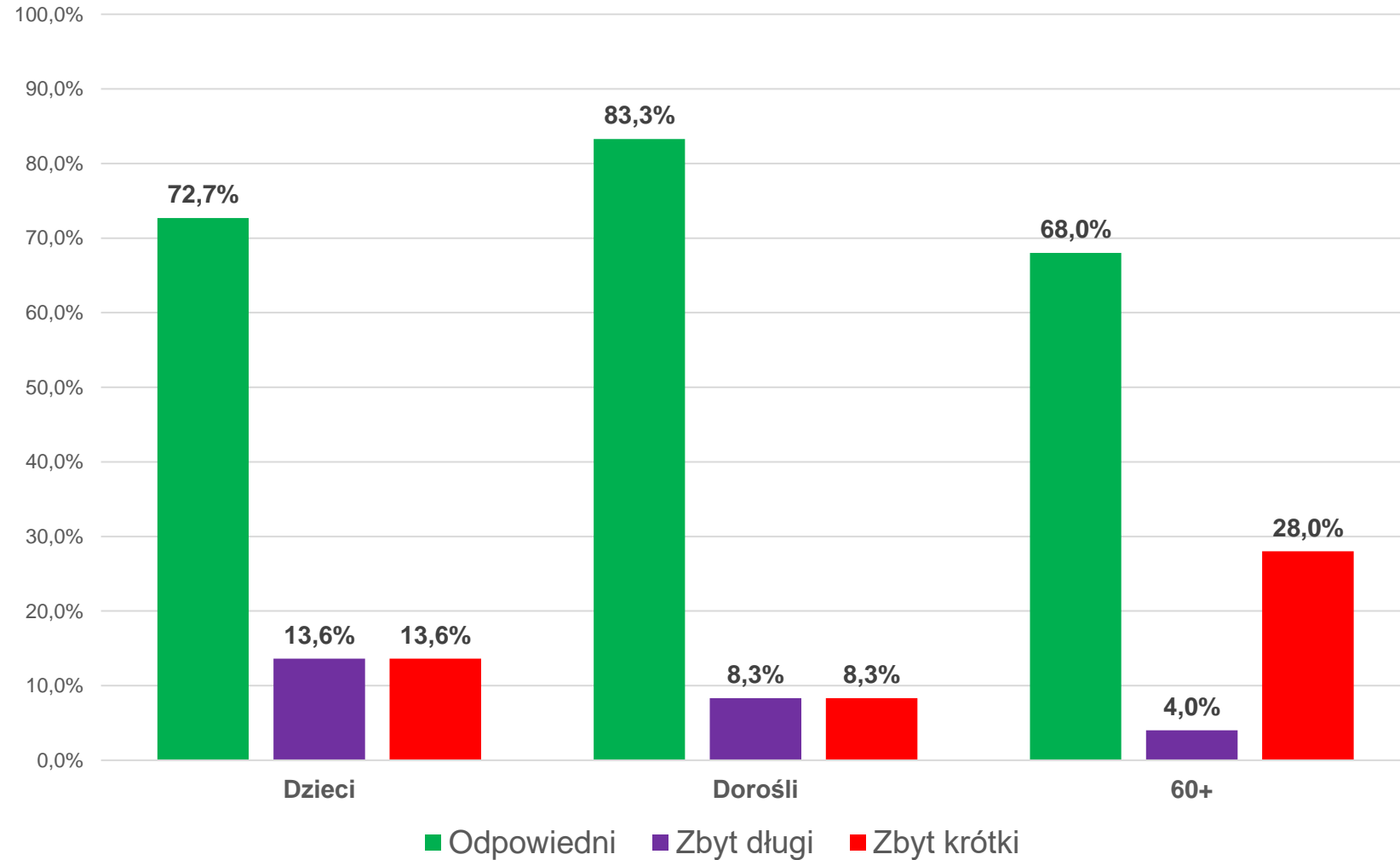


WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Ocena czasu filmów

	Dzieci	Dorośli	60+
Odpowiedni	16	20	17
Zbyt długi	3	2	1
Zbyt krótki	3	2	7

	Dzieci	Dorośli	60+
Odpowiedni	72,7%	83,3%	68,0%
Zbyt długi	13,6%	8,3%	4,0%
Zbyt krótki	13,6%	8,3%	28,0%

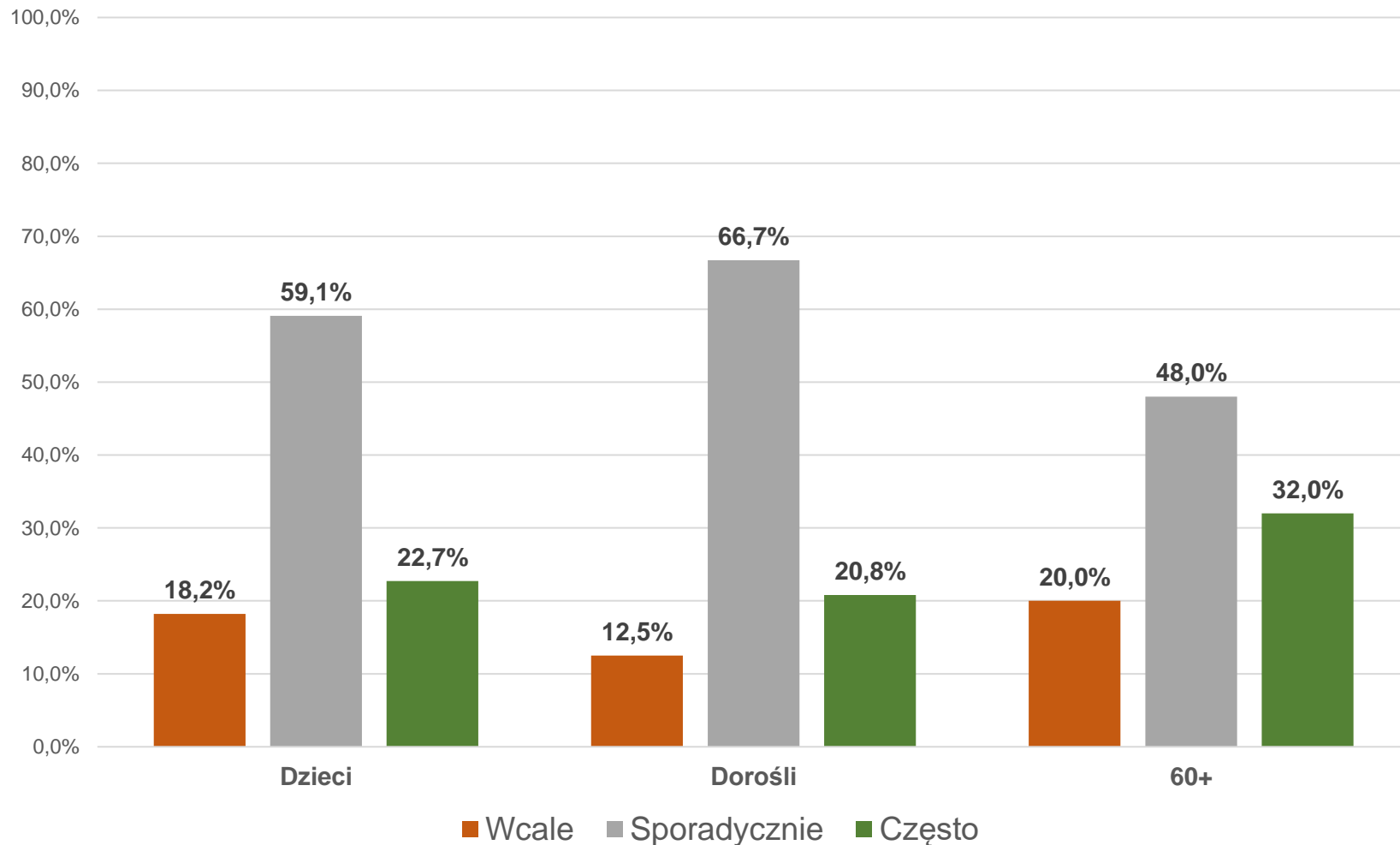


WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Jak często korzystasz z różnych poradników wideo?

	Dzieci	Dorośli	60+
Wcale	4	3	5
Sporadycznie	13	16	12
Często	5	5	8

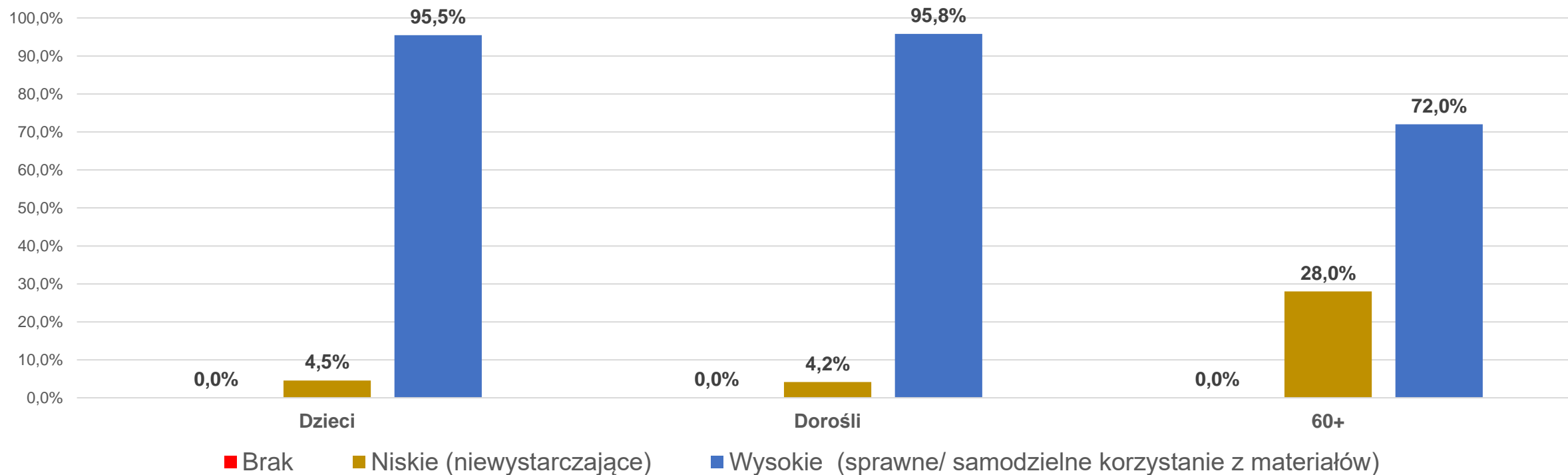
	Dzieci	Dorośli	60+
Wcale	18,2%	12,5%	20,0%
Sporadycznie	59,1%	66,7%	48,0%
Często	22,7%	20,8%	32,0%



WYNIKI OBSERWACJI

Kompetencje informatyczne

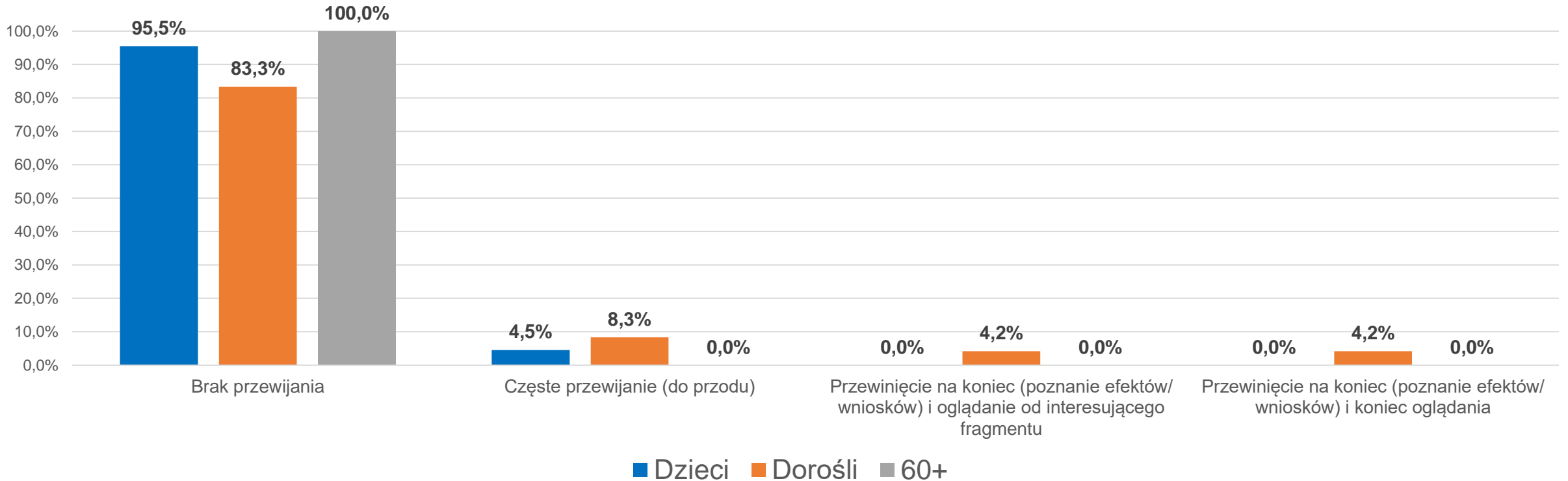
	Dzieci		Dorośli		60+	
	Wartość	[%]	Wartość	[%]	Wartość	[%]
Brak	0	0%	0	0%	0	0%
Niskie (praca z pomocą trenera)	1	4,5%	1	4,2%	7	28,0%
Wysokie (sprawne/ samodzielne korzystanie z materiałów)	21	95,5%	23	95,8%	18	72,0%



WYNIKI OBSERWACJI

Oglądanie filmów o długości do 3 minut

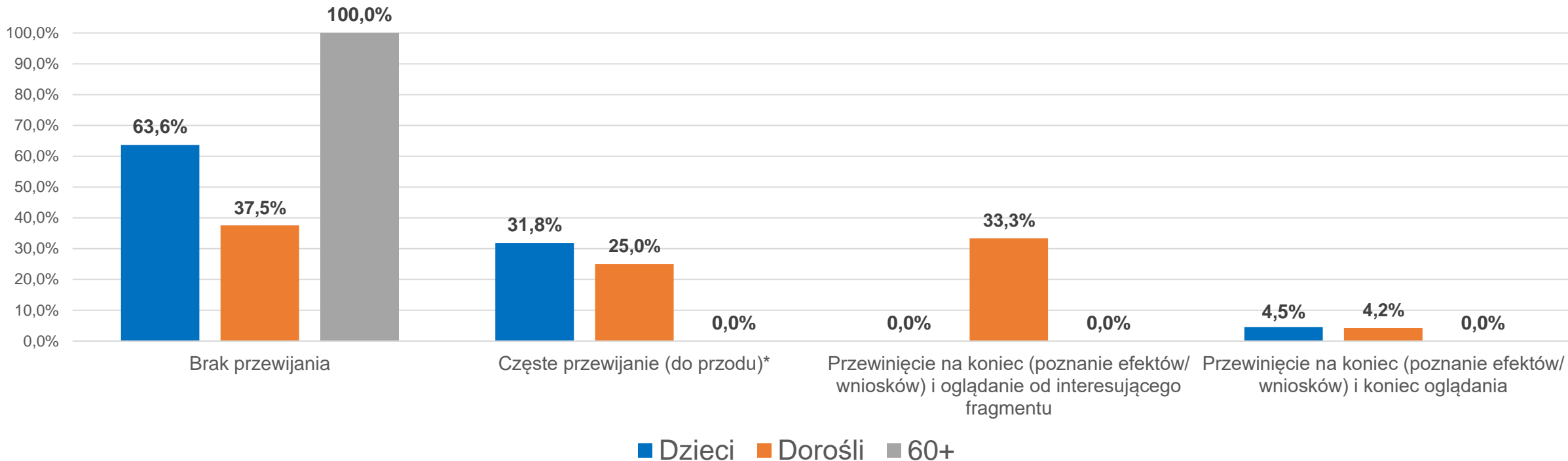
	Dzieci		Dorośli		60+	
	Count	Percentage	Count	Percentage	Count	Percentage
Brak przewijania	21	95,5%	20	83,3%	25	100%
Częste przewijanie (do przodu)	1	4,5%	2	8,3%	0	0%
Przewinięcie na koniec (poznanie efektów/ wniosków) i oglądanie od interesującego fragmentu	0	0%	1	4,2%	0	0%
Przewinięcie na koniec (poznanie efektów/ wniosków) i koniec oglądania	0	0%	1	4,2%	0	0%



WYNIKI OBSERWACJI

Korzystanie z filmów o długości od 3 do 10 minut podczas zajęć warsztatowych

	Dzieci		Dorośli		60+	
Brak przewijania	14	63,6%	9	37,5%	25	100%
Częste przewijanie (do przodu)*	7	31,8%	6	25,0%	0	0%
Przewinięcie na koniec (poznanie efektów/ wniosków) i oglądanie od interesującego fragmentu	0	0%	8	33,3%	0	0%
Przewinięcie na koniec (poznanie efektów/ wniosków) i koniec oglądania	1	4,5%	1	4,2%	0	0%



WYWIADY

Czy i dlaczego korzystasz z poradników wideo w Internecie?

DZIECI



DOROŚLI



60+



OGÓLEM



Poszukiwanie informacji o radzeniu sobie w grach komputerowych oraz tworzeniu ciekawych materiałów do mediów społecznościowych.

Poszukiwanie informacji przydatnych w pracy zawodowej oraz związanych z własnymi zainteresowaniami, hobby. Łatwy, szybki dostęp.

Poszukiwanie informacji o drobnych naprawach, gotowaniu, pracy w ogrodzie.

WYWIADY

Co i dlaczego powoduje rezygnację z oglądania lub zniechęcenie do poradnika wideo?

DZIECI



Długi wstęp; nic nowego; tematyka niezgodna z opisem, słaba jakość nagrania.

DOROŚLI



Duża ilość pobocznych informacji. Wiem co klikam, nie potrzebuję wstępu. Tylko konkrety, bez "szczęśliwych kur".

60+



Zła dykcja prowadzącego, słaba jakość dźwięku lub obrazu. Trywialne porady. Długi film i niemerytoryczna wypowiedź oraz reklamy w trakcie filmu.

OGÓLEM



Rekomendacje dla twórców edukacyjnych materiałów wideo

1. Idea „Krótko i na temat” potwierdziła się. Odbiorcy oczekują krótkich i zwięzłych przekazów bez zbędnego wstępu. Od samego początku należy omawiać zasygnalizowany w tytule temat.
2. Należy poprawnie nazwać i otagować materiał wideo tak, aby uwzględnić wszelkie możliwe formy zapytań w wyszukiwarce.
3. Należy zaopatrzyć filmy w napisy. Oczekują tego przede wszystkim osoby, które chcą oglądać materiał nie przeszkadzając innym. Dodanie napisów sprawia także, że są one automatycznie tłumaczone na każdy język, z którego korzystają oglądający filmy w serwisie YouTube. Jest to równocześnie wsparcie dla osób ze szczególnymi potrzebami.
4. Twórca powinien możliwie często patrzeć w kamerę.
5. Prezentując wykonywanie zadań praktycznych należy używać liczby mnogiej, np. „zrobiliśmy”.
6. Najmłodszy oczekują powitania „Hejka!” i krótkiego wprowadzenia w tematykę filmu natomiast dorośli i seniorzy liczą na profesjonalizm i rzeczowość bez spoufalania się i zbędnych komentarzy.

Wnioski z badań (1)

Czynniki determinujące korzystanie z edukacyjnych materiałów wideo przez reprezentantów trzech grup wiekowych

Z poradników korzystają osoby posiadające odpowiednie **kompetencje informatyczne i zaplecze techniczne**. Niezależnie od wieku motywy korzystania z poradników wideo były bardzo zbliżone: **samoksztalcenie, samodoskonalenie, ułatwienie w codziennej pracy**, pomoc w rozwiązywaniu problemów, **pomoc w czynnościach domowych**, np.: gotowanie, naprawy, praca w ogrodzie.

Z wiekiem rośnie **negatywne nastawienie do reklamy**, a szczególnie kryptoreklamy.

Dzieci nie zauważają reklam, lub ich występowanie jest dla nich naturalne i oczywiste.

Studenci i dorośli tylko w jednym przypadku wskazali na reklamy, jako powód rezygnacji z oglądania. Seniorzy (1/3) wskazali na reklamy, ze szczególnym uwzględnieniem kryptoreklamy, jako jeden z czynników najbardziej zniechęcających do oglądania poradników wideo.

Wnioski z badań (2)

Główne czynniki zniechęcające do oglądania:

1. Głos osoby, która nagrywa poradnik (jednotonowość/monotonia).
2. Wiadomości są przekazywane w sposób niejasny lub chaotyczny lub kiedy jakość nagrania (dźwięk, obraz) jest niska i utrudnia zrozumienie treści.
3. Wiek autora nieadekwatny do treści.
4. Długość filmu.
5. Długie wprowadzenie na samym początku, bez nawiązania do tematu.
6. Reklama.

Główne czynniki sprzyjające oglądaniu:

1. Czas trwania adekwatny do prezentowanej problematyki.
2. Unikanie wątków pobocznych i chaotycznego przekazu.
3. Wysoka jakość merytoryczna i techniczna poradnika.
4. Głos i prezencja (w tym wiek) prowadzącego.
5. Dobre tagowanie materiału.
6. W formacie publicystycznym 2 osoby prowadzące dialog podnoszą atrakcyjność przekazu (jeśli pasuje to do tematyki).

Wnioski z badań (3)

Strategie poznawcze stosowane przez reprezentantów trzech grup wiekowych

W przypadku krótkich materiałów wideo (do 3 minut) w każdej grupie wiekowej dominuje przeglądanie w sposób liniowy (od początku do końca), bez żadnych interakcji (odpowiednio: dzieci 95,5%, dorośli 83,3%, seniorzy 100%), pozostali często przewijają do przodu.

Praca z dłuższymi filmami (od 3 do 10 minut)

Kształtowanie się specyficznych strategii poznawczych jest widoczne w efekcie zestawienia wyników z grup wiekowych. Seniorzy wychowujący się bez natłoku mediów elektronicznych oglądają wszystkie materiały od początku do końca. Dzieci częściowo wykształciły strategię szybkiego przeglądania i filtrowania informacji (prawie jedna trzecia). W pełni ukształtowany nowy sposób uczenia się można zaobserwować u osób dorosłych. U dorosłych zaobserwowano trzy podobnej wielkości grupy reprezentujące odmienne strategie takie jak: brak przewijania (oglądanie całości); częste przewijanie do przodu oraz w przypadku wykonywania oglądanych czynności: przewijanie na koniec w celu poznania efektu pracy i powrót do momentu, w którym rozpoczyna się prezentacja niezbędnych procedur.

Wnioski z badań (4)

Kompetencje informatyczne przejawiane przez reprezentantów trzech grup wiekowych

Zarówno wśród dorosłych jak i dzieci tylko jedna osoba wymagała pomocy, co stanowi odpowiednio 4,5% i 4,2%. Jednak wśród seniorów takiej pomocy wymagało aż 25% badanych. Oznacza to, że **większość uczestników warsztatów posiada wysokie kompetencje informatyczne**. Pozwalają one na samodzielne korzystanie z dowolnych poradników wideo. Należy jednak pamiętać, że **dobór uczestników warsztatów nie był losowy**. Zgłaszały się na nie osoby, które znały tematykę zajęć i same ocenił swoje kompetencje jako wystarczające. Najtrudniejszą do pozyskania grupą badawczą byli seniorzy, którzy rezygnowali z uczestnictwa wiedząc, że na warsztatach będzie „praca z komputerem”.



UNIWERSYTET ZIELONOGÓRSKI



INSTYTUT PEDAGOGIKI



ZAKŁAD MEDIÓW I TECHNOLOGII INFORMACYJNYCH



JJ KURSY



UNIWERSYTET ZIELONOGÓRSKI



INSTYTUT PEDAGOGIKI



ZAKŁAD MEDIÓW I TECHNOLOGII INFORMACYJNYCH

ZAPRASZAMY DO DYSKUSJI



Stowarzyszenie „ZA BOREM”



Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego



Centrum Rozwoju Przemysłów Kreatywnych



ROZWOJ SEKTORÓW KREATYWNYCH