

## Vidusskolas neklātienas paveids – tālmācība: analīze, izmantojot Everata Rodžersa inovāciju difūzijas teoriju.

Pateicoties Izglītības un zinātnes ministrijas atbalstam 2009./2010. m. g. bija pirmais, kad darbu uzsāka Rīgas Tālmācības vidusskola (RTV). Tā ir pirmā akreditētā mācību iestāde Latvijā, kas piedāvā vispārējās vidējās izglītības apguvi neklātienas formas paveidā - tālmācībā. Ar šo m. g. skolā iespējams apgūt arī pamatzglītību (7. – 9. klase), tāpēc tās mērķauditorija ir jebkurš cilvēks, kas vien sev zināmu iemeslu dēļ pametis mācības un labprāt tās atsāktu, iegūstot pamatzglītību vai vispārējo vidējo izglītību, neskatoties uz vecumu, tautību un dzīvesvietu.<sup>1</sup>

Tā kā šī izglītības apguves iespēja tālmācībā ir aktuāla arī manā ģimenē, tad izvēlējos to par inovāciju difūzijas/ izplatīšanās teorijas piemēru. Lai analizētu sevis izvēlēto gadījumu, gribēju precīzāk apzināt idejas aizsākumus un noskaidrot citus noderīgus faktus, tāpēc devos uz sarunu pie pašas inovācijas idejas autores - RTV direktores Ilzes Kalniņas.

E. Rodžersa difūzijas definīcija reizē nosauc arī četrus galvenos elementus, pēc kuriem analizēšu šo gadījumu: „Difūzija ir process, kurā caur konkrētiem kanāliem un konkrētā laikā jaunums vai inovācija tiek izplatīta sociālās sistēmas locekļiem.”<sup>2</sup> Līdz ar to šie četri elementi ir inovācija, kanāli, laiks un sociālā sistēma. Tātad pirmā ir pati **ideja, process vai objekts**, kas auditorijai nu ir jāiepazīst un jāpieņem, šajā gadījumā – iespēja iegūt vidējo izglītību neapmeklējot skolu. Nav teikts, ka inovācijas „jaunumam” (*newness*) jāietver tikai jaunas zināšanas. Par tālmācības formas izglītību bija dzirdējis ikviens, taču līdz šim tā nebija pieejama mūsu valstī un vidusskolas klasēm, tāpēc neviens to nebija mēģinājis un novērtējis. Inovācijas „jaunums” sevī ietver gan zināšanas, gan pārliecināšanu, gan lēmumu pieņemšanu vai nepieņemšanu inovāciju. Nav arī teikts, ka visu jaunumu difūzijas un pieņemšanas process būs veiksmīgs. Daži kaitīgi un neekonomiski jaunumi var nebūt vajadzīgi ne konkrētiem indivīdiem, ne visai sociālai sistēmai kopumā.<sup>3</sup> Manā

<sup>1</sup> Kalniņa, I. *Vadības uzruna RTV mājas lapā*. Sk. 14.03.2011

<http://www.talmacibasvsk.lv/index.php?n5Kovn3%3DOgn3BKN5MW>

<sup>2</sup> Rogers, E. (2005). *Diffusion of innovations*. 5th ed. New York: Free Press. P. 11

<sup>3</sup> Turpat p. 12

gadījumā jāpatur prātā, ka šo mācību iestādi visticamāk pabeigs tikai tie, kas spēj motivēt sevi sistemātiskai pašmācībai un uzņemties to patstāvīgi darīt līdz pat eksāmeniem. Tikpat svarīgi jaunuma apgūšanā ir apzināties no tā iegūstamos labumus un sekas. Pirms stāšanās skolā, jāapzinās un jānoskaidro, vai tiešām spēšu skolu savienot ar darbu, ģimeni; vai noteiktās kontaktstundas sestdienās tiešām varēšu ierasties; vai piedāvātais sniegs cerēto un rezultāts būs derīgs, piemēram, lai iestātos konkrētā augstskolas programmā pēc beigšanas. Kad atbildēts uz lielāko daļu jautājumu, jaunums var tikt pieņemts vai noraidīts. Ja pieņemts, var turpināt tālākas informācijas iegūšanu par konkrētajiem efektiem. Rodžers ir noteicis faktorus, kas nosaka jaunuma pieņemšanas procesu:

- **relatīvais labums** – lielums, kas rāda kāpēc viena inovācija ir labāka par tās konkurentu. Šeit var salīdzināt RTV priekšrocības attiecībā pret citām jaunām tālmācības skolām.
- **Sakritība, savienojamība** – ar esošajām, pagātnes vērtībām un potenciālo klientu vajadzībām. Jāņem vērā mērķauditorija, kurai šāda veida mācīšanās ir aktuāla. Labi situēti un nestrādājoši skolēni, kas jau mācās dienas skolās, noteikti nav reklāmu kampaņu auditorija.
- **Sarežģītība** – faktors, kas nosaka saprašanas un lietojamības grūtības pakāpi. Šis, manuprāt, pirmkārt, jau saistāms ar datoru un internetu kā pamata komplektāciju mācību iespējamībai, un tikai pēc tam ar elektronikas rocību, skolas e-sistēmas uzbūvi un lietojamības ērtumu.
- **Pārbaudāmība, izmēģināšana** – šādu iespēju nesaskatu, kamēr vien neesi pieteicies un sācis mācīties.
- **Pamanāmība** – rada iespēju redzēt citu panākumus, dzirdēt atsauksmes. Jo vairāk pozitīvu piemēru un atsauksmju, jo ātrāk inovācija tiek pieņemta.

Difūzijas būtība slēpjas procesā, kurā notiek informācijas apmaiņa indivīdam komunicējot jaunu ideju otram vai vairākiem citiem, kuriem vēl nav ne zināšanu, ne pieredzes jaunuma apgūvē. Līdzekļi, kā šī informācija tiek nodota starp indivīdiem, ir **komunikācijas kanāli**.<sup>4</sup> Rodžers atzīmē, ka masu mediji parasti ir ātrākais un efektīvākais veids, kā informēt potenciālos jaunuma pieņēmējus. No otras puses jāatceras, ka indivīda pārliecināšanā pārāka tomēr ir interpersonālā komunikācija, jo tā ir aci-pret-aci mijiedarbība, kas bieži vien ir otrais posms aiz reklāmas vai ziņojuma

---

<sup>4</sup> Turpat p. 18

medijos. Bet līdzās tam visam, pēdējo gadu laikā tieši interaktīvā interneta komunikācija ir kļuvusi par līderi konkrētu inovāciju izplatīšanās procesā.<sup>5</sup> Arī manis izvēlētais gadījums ir tieši tāds, proti, lai piesaistītu savai jaunizveidotajai skolai klientus, I. Kalniņa pirmo reklāmu izplatīja izmantojot tieši interaktivitātes iespējas e-pastu vietnē *Inbox.lv*, nosūtot ziņas portāla lietotājiem. Tam, protams, sekoja otrais – klātienē sarunu jeb interpersonālā kontakta – posms, kurš pirmajā gadā ļāva nokomplektēt 180 studentu (*šeit audzēkņus sauc par studentiem, jo darbs, ko dara viņi, vairs nelīdzinās skolēnu ikdienai*) lielu vidusskolas plūsmu. No tiem 56 absolvēja 12. klasi 2010. gadā.<sup>6</sup>

Trešais difūzijas elements ir **laiks**. Par svarīgāko tā aspektu Rodžers uzskata inovācijas-lēmuma pieņemšanas procesu (*innovation-decision*), kas ietver laiku tādā nozīmē, ka noteiktā secībā parasti tiek izpildīti 5 soļi:

- **apzināšanās** – indivīds uzzina par inovācijas eksistenci, kā un kāpēc tā strādā; galvenā loma masu medijiem (*pirmā uzziņa par tālmācības iespēju reklāmā*);
- **pārliecināšanās** – indivīds vēlas apsvērt visas priekšrocības un trūkumus viņa situācijā; galvenā loma aci-pret-aci kontaktam (*pirmā tikšanās, saruna ar skolas pārstāvjiem, vadību*);
- **lēmums** – indivīds iesaistās aktivitātēs, kas ļauj izlemt–pieņemt vai nepieņemt ideju (*piem., apskata elektroniskos materiālus, e-vidi, kurā būs jāstrādā*);
- **īstenošana** – sākas tad, kad inovāciju sāk lietot (*tiek uzsāktas mācības*);
- **apstiprinājums** – vēlreizējs apstiprinājums pareizai izvēlei (*turpina iesākto*), vai tieši pretēji – nožēlo iepriekšējo lēmumu un pārdomā (*netiek galā ar pašmācību un izstājas no skolas*).<sup>7</sup>

Katram šis periods laika intervālā var atšķirties – vienam jaunuma pieņemšana var prasīt vairākus gadus, citi uzreiz var pārlekt no apzināšanās pie īstenošanas.<sup>8</sup>

Pēdējais elements – **sociālā sistēma** – ir savstarpēji saistīti objekti, kurus vieno problēma un mērķis to atrisināt. Tā kā sociālā sistēmas objekti nav identiski savā uzvedībā, zem sistēmas tiek izdalīta struktūra, kura sastāv no objektiem jauktā kārtībā. Tā, savukārt, var veicināt vai arī kavēt inovācijas difūziju. Ir praktiski

---

<sup>5</sup> Turpat

<sup>6</sup> Intervija ar I. Kalniņu, veikta 16.03.2011.

<sup>7</sup> Rogers, E. (2005). *Diffusion of innovations*. 5th ed. New York: Free Press. P. 20-21

<sup>8</sup> Turpat p. 22-23

neiespējami atšķetināt sistēmas struktūras ietekmi uz difūziju, neņemot vērā indivīdam raksturīgās pazīmes, respektīvi, abi faktori darbojas vienlaicīgi. Bieži vien pieņemtās normas un likumi ir tās, kas diktē, kā vajadzētu rīkoties un diemžēl arī domāt, līdz ar to kavējot jaunas idejas izplatīšanos.<sup>9</sup> Šajā sakarā I.Kalniņa uzsver, ka šāda tipa skolu nedrīkst veidot kā papildus neklātienas iespēju parastā vidusskolā, jo, pirmkārt, mācībspēki praktiski nekad nespēs pārslēgties uz to pieeju, filozofiju kāda ir RTV un kādai būtu jābūt katrā tālmācības izglītības iestādē tieši šo iestrādāto normu dēļ; otrkārt, svarīgs fakts, ka RTV ir maksas izglītība, kas gan klientiem – studentiem, gan mācībspēkiem liek pavisam citādi novērtēt sev nospraustos mērķus un darīt, cik vien iespējams, lai sasniegtu to, kas tika garantēts ieguldot attiecīgos naudas līdzekļus. „To, ka samaksātā nauda tomēr ietekmē studentu atdevi, lieliski varam redzēt salīdzinot mūsu un Lietuvas sadarbības partnera, Ozas vidusskolas praksi, kur studenti nepārtraukti iestājas un izstājas - trūkst motivācijas”, stāsta RTV direktore.<sup>10</sup> I. Kalniņas studentu vidū ir arī Rodžersa viedokļu līderis un izmaiņu aģents vienā personā, kas ar savām idejām ir sekmējis sākotnējās sistēmas izmaiņu teju par 70%. „Mums ir viens klients, kas regulāri atklāti novērtē un atzīst mūsu sasniegto un ieviesto, bet ikdienas darbā viņam netrūkst izcilu ideju, kā vēl kaut ko uzlabot, pamainīt, pielabot. Turklāt idejas tiešām ir labas un īstenošanas vērtas, kas agrākajā skolā tika noplacinātas ar nievājošu attieksmi!” tā I. Kalniņa.<sup>11</sup> Savukārt, tīri demogrāfiskie rādītāji stāsta, ka dzimumu sadalījums skolā ir ļoti līdzīgs, praktiski puse uz pusi. Lielākā daļa ir ar beigtu arodskolu izglītību, taču dokumentam pietrūkst viens vidusskolas gads. 70% no studentiem dažādu iemeslu dēļ dzīvo ārzemēs, taču vēlas mācīties dzimtajā valodā. Trešā daļa ir atnākusi no vakarskolām, kuru piedāvātais nav attaisnojis cerības. Arī visi šie faktori ļoti daudz nosaka pieejā mācību procesam un iekšējā komunikācijā, kas turklāt pārsvarā ir elektroniski pastarpināta.<sup>12</sup>

Nobeidzot gadījuma analīzi, varu secināt, ka *RTV* inovācijas difūzijas process ir bijis vēlams un veiksmīgs visu aspektu ietvaros, par ko liecina klientu interese, skaits un uzticība skolai arī nākamajā gadā, kā arī absolventu skaits un tālākie panākumi augstskolās.

---

<sup>9</sup> Turpat p. 23-26

<sup>10</sup> Intervija ar I. Kalniņu, veikta 16.03.2011.

<sup>11</sup> Turpat

<sup>12</sup> Turpat