

מכון הנרייטה סאלד
המכון הארצי למחקר במדעי ההתנהגות

משרד החינוך
המזכירות הפדגוגית
האגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים

**לקראת פיתוח תכנית לימודים
בחינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע
לחטיבת הביניים במגזר היהודי ובמגזר הערבי**

מחקר הערכה

אורית בנדס-יעקב

דוח מחקר מס' 275

פרסום מס' 770

הפרויקט בוצע עבור האגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים,
המזכירות הפדגוגית, משרד החינוך
לפי מכרז מס' 41/12.01 (מתן שירותים מקצועיים, טכניים ולוגיסטיים
לצורך הערכת תכניות לימודים ועזרי למידה/הוראה)
© כל הזכויות שמורות למשרד החינוך

אין להעתיק או להפיץ פרסום זה או קטעים ממנו
בשום צורה ובשום אמצעי אלקטרוני, אופטי או מכני (לרבות צילום והקלטה)
ללא אישור בכתב ממשרד החינוך

סדר ועריכה במחשב: מכון הנרייטה סאלד
נדפס בדפוס "כתר", ירושלים

ירושלים, תשס"ו – 2006

תוכן העניינים

5	פתח דבר.....
7	תמצית הממצאים.....
15	פרק ראשון: רקע לפעולת ההערכה
15	א. תכנית הלימודים בתקשורת לחטיבת הביניים.....
16	ב. חינוך לתקשורת- היבטים נבחרים.....
19	ג. מטרות המחקר.....
20	ד. מקורות.....
21	פרק שני: מתודולוגיה
21	א. שאלות המחקר.....
22	ב. המדגם.....
23	ג. כלי המחקר.....
24	ד. עיבוד הנתונים.....
25	ה. מהלך המחקר.....
26	פרק שלישי: ממצאים
26	תקציר הממצאים בזיקה למטרות המחקר.....
41	ממצאי המחקר המלאים.....
41	1. שאלון למורים
41	א. מאפייני המשיבים.....
43	ב. יישום תכנית הלימודים.....
48	ג. חוות דעת על תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע".....
58	ד. מטרות הוראת תקשורת.....
77	ה. עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית.....
84	ו. השתלמויות מורים בנושאי תקשורת.....
86	ז. היבטים ייחודיים בהוראת תקשורת.....
87	2. שאלון למנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת
87	א. מאפייני המשיבים ומאפייני בית הספר.....
88	ב. יישום תכנית הלימודים.....
93	ג. מטרות בהוראת תקשורת.....
98	ד. יעדים בהוראת תקשורת.....
102	ה. היבטים ייחודיים בהוראת תקשורת.....

3. שאלון למנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת 104.....

4. ריאיון קבוצתי: "סיפורי הצלחה" של בתי ספר המלמדים תקשורת 108.....

פרק רביעי: סיכום ודיון 113.....

נספחים

נספח א: סיכום ראיונות עם אנשים מתחום התקשורת 121.....

נספח ב: שאלוני המחקר 123.....

נספח ג: קשרים סטטיסטיים בין שאלונים: השוואה בין מורים למנהלים 137.....

פתח דבר

מחקר ההערכה לקראת פיתוח תכנית לימודים בחינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע נערך במסגרת שורת מחקרי הערכה שעושה מכון סאלד עבור האגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים במשרד החינוך. מחקרי הערכה אלה נועדו לשמש את האגף לקראת פיתוחן של תכניות לימודים חדשות.

המחקר הנוכחי נועד לבחון את ההיקף והאופי של השימוש בתכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" (תשנ"ג) במסגרת לימודי תקשורת בחטיבת הביניים. מלבד זאת נועד המחקר ללמוד על שיקולי מנהלים המשלבים מקצוע זה בתכנית הלימודים הבית-ספרית, לעמוד על עמדות מורים כלפי הוראת תקשורת וקולנוע, לעמוד על היבטים ייחודיים של הוראת המקצוע במגזרים שונים וללמוד על מאפייני ההצלחה בהוראת תקשורת.

הנתונים נאספו באמצעות ראיונות אישיים וקבוצתיים, שאלונים וביקורים בבתי ספר שהוגדרו כ"סיפורי הצלחה" בהוראת המקצוע. במחקר השתתפו מורים המלמדים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", מורים המלמדים תקשורת באמצעות תכניות אחרות, מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת, מנהלים שבבית ספרם מקצוע זה אינו נלמד, וצוותים בית-ספריים העוסקים בהוראת תקשורת.

המחקר הוזמן ומומן על ידי האגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים במשרד החינוך. את המחקר ליוותה ועדת היגוי מטעם האגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים שעם חבריה נמנו: גבי נאוה סגן – מנהלת האגף, ד"ר צופיה יועד – סגנית מנהלת האגף ומנהלת גף תכנים, ד"ר רות רז – מנהלת מחלקת מחקר והערכה (עד שנת תשס"ג), ד"ר נעה אבולעפיה – מרכזת מחקרי הערכה באגף (משנת תשס"ג), גבי חנה אדן – מרכזת אשכול רוח וחברה באגף, גבי יהודית מרום – מפקחת תחום תקשורת באגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים (עד שנת תשס"ד), גבי דורית באלין – מפמ"ר תקשורת בחינוך הממלכתי, גבי רויטל שטרן – מפמ"ר תקשורת בחינוך הממלכתי-דתי וד"ר ח'אלד עזאיזה – מפקח לתקשורת במגר הערבי (עד שנת תשס"ד).

אני מבקשת להודות לחברי ועדת ההיגוי שליוו את המחקר על שיתוף הפעולה ועל עזרתם בכל הנדרש. כמו כן שלוחה תודתי הרבה למורים ולמנהלים על שיתוף הפעולה המלא ועל הפתיחות שגילו בכל הנוגע למחקר. לבסוף אני מבקשת להודות מקרב לב לעוזרות המחקר שסייעו במחקר זה: גבי רונית כהן, גבי נעה דיאמונד, גבי תמר אגמון וגבי מיה פנחסי.

אורית בנדס-יעקב

תמצית הממצאים

המידע על תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" נאסף ממורים וממנהלים. מדגם המחקר כלל 70 מורים המלמדים תקשורת, 69 מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת ו-10 מנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת. להלן מובאים הממצאים העיקריים של המחקר לפי מטרתו:

מטרה 1: לבדוק באיזו מידה נעשה שימוש בתכנית הלימודים הרשמית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" במסגרת הוראת תקשורת בחטיבות הביניים, וללמוד על תכניות נוספות שנעשה בהן שימוש.

תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" נלמדת, באופן מלא או חלקי, ב-34 בתי ספר המהווים כ-43% מבתי הספר שהשתתפו במחקר. כשליש מן המורים לתקשורת אינם מכירים כלל או מכירים במידה מעטה את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", וקצת פחות ממחצית המנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת אינם מכירים אותה.

מתוך דיווחי המורים עלה כי כ-43% מהמורים מלמדים תכנית מעשית שנבנתה על ידם, כ-41% מהמורים מלמדים תכנית עיונית שנבנתה על ידם, כ-26% מהמורים מלמדים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע". כ-13% מהמורים מלמדים את התכנית "תרבות, יחיד, חברה", כ-10% מלמדים תכנית עיונית שנבנתה על ידם על בסיס תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", כ-6% מלמדים לפי תכנית חיצונית בתחום העיוני וכ-4% מלמדים תכנית חיצונית בתחום המעשי (מורים עשויים ללמד יותר מסוג תכנית אחד).

מורים שאינם מלמדים לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ציינו שהסיבות לכך הן: אי-התאמתה לצרכים, להעדפות ולאימוץ שונים, ביקורת שיש להם על התכנית, חוסר היכרות עם התכנית, והיבטים טכניים וארגוניים. מורים אלה ציינו שתכנית ההוראה שלהם כוללת נושאים ומושגים בתקשורת ובקולנוע, היבטים מעשיים, צפייה מושכלת, הכרת ז'אנרים, והבנת תפקיד התקשורת ותהליכי יצירה.

מטרה 2: לבדוק באיזו מידה מייחסים מורים ומנהלים חשיבות למטרות וליעדים של הוראת תקשורת, ובאיזו מידה הושגו בפועל מטרות ההוראה.

מידת החשיבות הממוצעת שייחסו המורים למטרות הוראת המקצוע – רבה עד רבה מאוד (ממוצע 4.07 מתוך 5). המטרות החשובות יחסית בעיני מורים הן: לפתח בקרב התלמידים מודעות והערכה לחשיבות התקשורת החופשית בחברה דמוקרטית, וכן לפתח בהם כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת. המטרות הפחות חשובות הן היכרות עם מפת התקשורת בישראל והקניית הבנה של היחסים ממסד-תקשורת.

מידת החשיבות הממוצעת שייחסו המנהלים שבבית ספרם לומדים תקשורת למטרות הוראת המקצוע – רבה עד רבה מאוד (ממוצע 4.22 מתוך 5). המטרות החשובות יחסית בעיני מנהלים הן:

לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת, לפתח בהם מודעות והערכה לחשיבות התקשורת החופשית בחברה דמוקרטית, ולפתח בהם סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת. המטרה הפחות חשובה היא היכרות עם מפת התקשורת בישראל.

מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים המנהלים שבבית ספרם אין לומדים תקשורת למטרות הוראת המקצוע רבה – ועד רבה מאוד (ממוצע 4.23 מתוך 5). המטרות החשובות יחסית בעיני מנהלים שבבית ספרם אין לומדים תקשורת הן: לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי אסתטי וערכי), לפתח צפייה ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה ולהבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של מציאות. המטרות הפחות חשובות בעיני מנהלים שבבית ספרם אין לומדים תקשורת הן: היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים) ופיתוח הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובסוגות (זיאנרים) מגוונים.

לא נמצא הבדל מובהק סטטיסטית בין מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת לבין מורים בנוגע לחשיבות שהם מקנים למטרות הוראת התקשורת¹.

הערכת המורים לגבי הסיכוי להשיג את מטרות ההוראה – בינונית עד רבה (ממוצע 3.64 מתוך 5). המטרות שקל יותר להשיגן בעיני מורים הן: הקניית הבנה של היחסים ממסד-תקשורת, זיהוי והערכה של מקום התקשורת כמשקפת ומייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות, והיכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ואמצעי מדיה שונים. המטרות שקשה יותר להשיגן הן עידוד מעורבות והשתתפות מצד האזרחים באשר לנושאים המוצגים בתקשורת, פיתוח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת, ופיתוח סובלנות כלפי פלורליזם תרבותי והיכרות עם השונה באמצעות חשיפה לתקשורת.

השגת מטרות ההוראה בפועל: רכישת מודעות בנושאי תקשורת

ניתוח גורמים של הפריטים המבטאים את השגת מטרות ההוראה יצר את הסולם לרכישת מודעות בנושאי תקשורת, המורכב משלושה גורמים: (1) מודעות לבחירות אידיאולוגיות, רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת; (2) מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת; (3) מודעות לתפקידה של התקשורת.

לדעת המורים, מידת רכישת המודעות בנושא תקשורת שהשיגו התלמידים – בינונית עד רבה (ממוצע 3.65 מתוך 5). מידת רכישת המודעות לבחירות אידיאולוגיות, רגשיות וערכיות בעיצוב

¹ לא נערכה השוואה עם מנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת, בשל מספרם הקטן.

תוצרי תקשורת – בינונית עד רבה (ממוצע 3.65). מידת רכישת המודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת – בינונית עד רבה (ממוצע 3.36) ומידת רכישת המודעות לתפקידה של התקשורת – רבה עד רבה מאוד (ממוצע 4.11).

המטרות שהושגו במידה רבה בעיני מורים הן: רכישת מודעות להיותם של אמצעי התקשורת מקור הן לבידור הן למידע, רכישת מודעות למקום שתופסים אמצעי התקשורת בחייהם ובחי החברה הסובבת, ורכישת מודעות לשימוש במין, באלימות ובסטריאוטיפים – כאמצעי למשיכת קהל. המטרות שהושגו במידה פחותה הן: היכולת להבחין בשימוש שגרתי ושימוש יוצא דופן בדרכי הצגה תוך התייחסות לסגנון ולביטוי אישי ייחודי, ורכישת מודעות להשפעה של אידיאולוגיות ופוליטיקה על התוצרים התקשורתיים. הסיבות לאי השגת המטרות לדעת מורים הן סיבות הקשורות למשאבים של זמן וכסף, סיבות הקשורות לבית הספר, סיבות הקשורות לתלמידים, וסיבות הקשורות לתכנית. הצעות המורים באשר להשגת המטרות כללו הצעות הנוגעות לשינויים ארגוניים, לשינוי הגישה כלפי המקצוע, לסיוע למורים, וכן הצעות הנוגעות לאסטרטגיות הוראה.

לדעת המנהלים, המטרות שהושגו במידה הרבה ביותר היו: פיתוח כישורים לצריכה ביקורתית של תקשורת, עידוד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית בנוגע לנושאים המוצגים בתקשורת ופיתוח צפייה ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה. לשאלה הכללית בנוגע להשגת מטרות הוראת התקשורת, ענו המנהלים כך: מנהל אחד (1.4%) סבור כי המטרות אינן מושגות כלל בבית הספר שהוא מנהל, 40 מנהלים (58%) סבורים שחלק מהמטרות מושגות בבית הספר שהם מנהלים, 26 (37.7%) מנהלים סבורים שמרבית המטרות מושגות בבית הספר שהם מנהלים, ו-2 (2.9%) מנהלים לא השיבו לשאלה זו.

מטרה 3: לאסוף מידע מפורט על יישום תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" וללמוד על היחס לתכנית בקרב מורים שנחשפו אליה (נקודות חוזק, נקודות חולשה, הצעות לשיפור).

נושאי ההוראה השכיחים ביותר בקרב המורים המלמדים את התכנית² הם: פרסומת בטלוויזיה ובקולנוע (כ-84% מהמורים ציינו נושא זה) ואקטואליה וחדשות בטלוויזיה (כ-76% מהמורים). נושא ההוראה הפחות שכיח הוא ספורט בטלוויזיה ובקולנוע (כ-20% מהמורים). נושאי ההוראה המועדפים על מורים המלמדים את התכנית הם ז'אנרים (כ-64% מהמורים), מושגים ונושאים בתקשורת (כ-36% מהמורים), היבטים מעשיים (כ-27% מהמורים), וצפייה מושכלת (כ-23% מהמורים). שיקולי המורים בבחירת נושאי הלימוד היו נגישותם של אלה לתלמידים, היותם עכשוויים, רלוונטיים ואקטואליים, נגישותם למורים, היותם מקדמי-צריכה מושכלת של תקשורת, והיותם בעלי ממד מעשי.

² בקבוצת "המורים המלמדים את התכנית" נכללו מורים המלמדים את התכנית באופן מלא או מורים המלמדים אותה כחלק מתכנית עיונית שהם עצמם בנו ($N = 25$).

לדעת המורים, יתרונותיה של התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" טמונים במאפייניה התוכניים: העניין שהיא מעוררת, התוצרים שהיא מאפשרת, ובעיקר תרומתה להתערות התלמידים בחברה ויצירת מודעות לתחום התקשורת, ובמאפייניה המבניים: בעיקר המבנה ההגיוני, הקוהרנטי והממוקד שלה. חסרונותיה של התכנית, לדעת המורים, נוגעים אף הם למאפיינים תוכניים ומבניים, בעיקר חוסר בהירות, צורך בפיתוח נושאי רחב יותר, וכן חסרונות הנוגעים לחוסר ישימות ולנגישות נמוכה לתלמידים, בעיקר חוסר רלוונטיות ואי התאמה לרמת התלמידים (N = 14)³.

ההצעות לשינויים בתכנית קשורות לתוספות לתכנית הלימודים (כ-67% מהמורים), בעיקר בתחום התכנים: סוגות שהתלמידים צופים בהם, שילוב דיון בתכניות לא קונפורמיות חברתית, הוספת נושאים שמתאימים למגזר הערבי (תכניות טלוויזיה וכד') והוספת וידאו קליפים/קריקטורות. הצעות נוספות עסקו בצמצום תכנית הלימודים בתחומי הספורט, הפוליטיקה והתעודה.

לפי דיווחי המורים, במסגרת תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", התנסו התלמידים גם בפעילות מעשית בתקשורת: 6 (8.6%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה בינונית, 9 (12.9%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה רבה, ו-10 (14.3%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה רבה מאוד. 6 (8.6%) מורים ציינו שתלמידיהם לא התנסו, או התנסו במידה מעטה בפעילות מעשית בתקשורת, 39 (55.6%) מורים לא השיבו על השאלה. הפעילות המעשית של התלמידים כללה צילום סרטים (כ-65% מהמורים ציינו זאת), תיעוד אירועים בבית הספר וסיוע בשיווק בית הספר (כ-61% מהמורים), הפקת עיתון בית-ספרי (כ-45% מהמורים), והשתתפות בפרויקטים מיוחדים בתחום התקשורת (כ-42% מהמורים). (N = 31).

מרבית המורים ציינו כי תלמידים גילו יחס חיובי כלפי התכנית, בעיקר גילויים כגון עניין, התלהבות, הנאה, מעורבות, וכשליש מהם ציינו כי התלמידים גילו יחס ביקורתי כלפיה (היו תלמידים שביטאו הן עמדות חיוביות והן עמדות ביקורתיות), בעיקר טענו התלמידים נגד עיסוק נרחב בחלק העיוני על חשבון לימוד מעשי.

מטרה 4: ללמוד על עמדות מורים כלפי הוראת תקשורת וקולנוע

לדעת המורים, חשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים כי הדבר תורם להתמודדות טובה יותר עם המציאות היומיומית, לפתיחת האפשרות של לימוד עתידי או של עיסוק עתידי בתחום התקשורת, וכן להתפתחותם האישית של התלמידים, בשל אופיו של התחום, שהוא אינטגרטיבי, נגיש ושימושי. לדעת המנהלים, חשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים כדי לעצב תלמידים שידעו לצרוך תקשורת בצורה מושכלת, שיהיו מודעים לעוצמתה של התקשורת ולמרכזיותה בחיים

³ ה-N צוין כאשר מדובר במספר משיבים נמוך יחסית לכלל המדגם.

הציבוריים, וכן לצורך העמקת היכרותם עם החברה הישראלית והגברת השתתפותם בעתיד בחיי החברה.

כ-43% מהמורים ציינו, שיש ללמד תקשורת כתחום לימוד נפרד, כ-14% מהם ציינו שיש ללמד תקשורת כחלק אינטגרלי ממקצועות אחרים, וכ-31% מהמורים ציינו שיש ללמד תקשורת בשילוב שתי האפשרויות. המקצועות העיקריים המשולבים עם הוראת התקשורת הם היסטוריה, אקטואליה, אזרחות, אמנות ודרמה. כ-4% מהמורים ציינו שיש ללמד תקשורת בדגש עיוני בלבד, כ-11% מהם ציינו שיש ללמד תקשורת בדגש מעשי בלבד, וכ-69% ציינו שיש לשלב בין שתי האפשרויות.

כ-45% מהמורים ציינו כי התמהיל המתאים בין לימודי תקשורת ולימודי קולנוע הוא הוראתם בתכנית אחת וכ-37% מהמורים ציינו כי יש להפריד את לימודי המקצוע לשתי תכניות נפרדות.

כ-64% מהמנהלים סבורים, שיש להפוך את מקצוע התקשורת בחטיבות הביניים למקצוע חובה, כ-71% מהמנהלים ציינו כי רצוי ללמד תקשורת בחטיבות הביניים כתחום לימוד נפרד, כ-28% מהמנהלים ציינו כי רצוי ללמד תקשורת כחלק מתחומי לימוד קיימים. כ-16% מהמנהלים סבורים שיש ללמד תקשורת בחטיבות הביניים בהיבט עיוני בלבד, כ-10% מהם ציינו שיש ללמד תקשורת בחטיבות הביניים בהיבט מעשי בלבד, וכ-74% מהמנהלים סבורים שיש ללמד תקשורת תוך איזון בין ההיבט העיוני להיבט המעשי.

עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית

מניתוח הגורמים של הפריטים המבטאים את עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית בתקשורת התקבלו שני גורמים: (1) מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים) ו-(2) מכוונות ליישומיות המקצוע. מידת החשיבות שמייחסים המורים לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים) רבה עד רבה מאוד (ממוצע 4.12), ומידת החשיבות שמייחסים המורים ליישומיות המקצוע גם היא רבה עד רבה מאוד (ממוצע 4.15).

המורים סבורים כי חשוב שתכנית לימודים עתידית תכלול נושאים הקרובים לעולמם של התלמידים, שתהיה מעודכנת ותשקף את ההתפתחויות בתחום התקשורת, ושנושאי הלימוד יהיו רלוונטיים לחיי היומיום של התלמידים. ההיבטים הפחות חשובים בעיני המורים הם: הרחבת העיסוק בנושאים גלובליים על פני העיסוק בתקשורת/בקולנוע ישראלי, ובחירת נושאי לימוד שיתאימו לשילוב עם מקצועות אחרים. מורים המלמדים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" הקנו חשיבות רבה יותר לעמדות המכוונות לנגישות התכנית לתלמידים בהשוואה למורים שאינם מלמדים את התכנית, ומורים שאינם מלמדים את התכנית הקנו חשיבות רבה יותר לעמדות המכוונות כלפי ישימות המקצוע בהשוואה למורים המלמדים אותה.

מטרה 5: לבחון את הרלוונטיות לזמננו של התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ולהציע דרכים להרחבתה, וכן לעמוד על מאפייני ההצלחה בהוראת תקשורת

3 (4.3%) מורים ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה מועטה, 7 (10.0%) מורים ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה בינונית, 10 (14.3%) מורים ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה רבה, 6 (8.6%) מורים ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה רבה מאוד. 44 (62.9%) מורים לא השיבו לשאלה זו. כ-46% מהמורים ציינו שהתכנית תהפוך לרלוונטית אם תוכני הלימוד יגעו בתלמידים ובמה שמתרחש בחייהם, ואם ייעשה שימוש בדוגמאות מחיי היומיום ובחומרים נגישים יותר עבורם. כ-36% מהמורים ציינו שכדי להפוך את התכנית לרלוונטית יש להעשיר את הלימוד בהוראת נושאים כגון אנימציה, סאטירה, פרודיה ואקטואליה, וליצור הקשרים מגוונים.

מאפייני ההצלחה בהוראת תקשורת

בתי הספר והמורים הרואים ברכה בהוראת תקשורת נשענים על סביבה בית-ספרית תומכת, פיזית ורגשית, ועל חשיפת התלמידים "ליתרונות הנראים" של המקצוע באמצעות תלמידי מגמת תקשורת בחטיבה העליונה (להלן חטי"ע)⁴. המורים משכילים כנראה לבחור נושאי לימוד, חומרי הוראה וגישת הוראה הקרובים לעולמם של התלמידים ויוצרים סביבה אינטגרטיבית ומקבלת, העונה במידה הנדרשת לצרכים הרגשיים, החברתיים והאינטלקטואליים של התלמידים. שילוב פרקים עיוניים ומעשיים עם מתן מקום לביטוי אישי וקבוצתי מאפשר הנאה ויצירתיות של מורים ותלמידים כאחד.

מטרה 6: ללמוד על שיקולי מנהלים בחטיבות הביניים שבחרו להכליל או שלא להכליל את לימודי התקשורת בבית הספר שהם מנהלים.

המנהלים שבחרו לכלול את לימודי התקשורת בבית ספרם עשו זאת משיקולי הכרה בחשיבות הנושא המאפשר למידה בינתחומית, משיקולי "אני מאמין" בית-ספרי, ומשיקולי אטרקטיביות הנושא בעיני הנרשמים לבית הספר. המנהלים שבחרו לא לכלול את לימודי התקשורת בבית ספרם עשו זאת מסיבות מעשיות או אידיאולוגיות: בעיות של תקציב ותקן (7 מנהלים), קושי באיתור מורה מתאים (5 מנהלים – בעיה זו בלטה בחינוך הערבי והממלכתי-דתלי), וחוסר התאמה של החומר לאוכלוסיית התלמידים (2 מנהלים מהחינוך הממלכתי-דתי – מנהל אחד התייחס לאוכלוסיית תלמידים חרדית והאחר התייחס לאוכלוסיית תלמידים חלשה). מנהלת אחת ציינה שהוראת תקשורת התקיימה בעבר במסגרת חוגית והשנה התלמידים העדיפו חוג אחר. מנהלת נוספת ציינה שהנושא נלמד בעבר כנושא שנתי מרכזי אולם השנה נלמד נושא אחר.

⁴ בכל בתי הספר שהגענו אליהם בהמלצת המפמ"ר יש חטיבה עליונה ובה מגמת תקשורת פעילה.

מטרה 7: לעמוד על היבטים ייחודיים של הוראת התקשורת בסוגי חינוך שונים (בחינוך הממלכתי, בחינוך הממלכתי-דתי ובחינוך הערבי).

מורים בחינוך הממלכתי ציינו את ההיבטים האלה כייחודיים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי: דגש על דמוקרטיה, עידוד מעורבות של תלמידים, פתיחות ופולרליזם (3 מורים), עידוד וטיפוח של היצירתיות, דגש על אקטואליה, ושילוב של מחשבת ישראל וקולנוע (מורה אחד לכל היבט). מנהלים בחינוך הממלכתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי הם: צריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (6 מנהלים) והוראת תקשורת בהתאמה לערכים של סובלנות, פולרליזם ודמוקרטיה (6 מנהלים).

מורים בחינוך הממלכתי-דתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בהוראת התקשורת בחינוך הממלכתי-דתי הם: סינון תכנים מנקודת מבט דתית ועיצוב תכנים דתיים בקולנוע ובטלוויזיה (2 מורים). מנהלים בחינוך הממלכתי-דתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי-דתי הם: צריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (2 מנהלים), והוראת תקשורת בהתאמה לערכים של החברה הדתית לאומית (2 מנהלים).

מורים בחינוך הערבי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בדרך הוראת תקשורת בחינוך הערבי הם: דמוקרטיה, פתיחות ופולרליזם, תקשורת רב תרבותית העוסקת בקולנוע ישראלי ובקולנוע ערבי, וההתייחסות להשפעת התרבות הישראלית על התרבות הערבית, כפי שהיא משתקפת דרך אמצעי התקשורת (מורה אחד לכל היבט). מנהלים בחינוך הערבי ציינו כי הדברים המייחדים את דרך הוראת התקשורת בחינוך הערבי הם: הקפדה על צניעות ובחירת המתאים והמקובל בחברה הערבית (3 מנהלים), דיונים בנושאים אקטואליים (3 מנהלים), וצריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (2 מנהלים). מרבית המורים המשתייכים למגזר הערבי ציינו כי חסרים חומרי לימוד מתורגמים: הפקות, סרטים וספרי לימוד או, שהתרגומים אינם איכותיים מספיק. כשני שלישים מהמורים ציינו שחסרים חומרי הדרכה ושהסרטים הקיימים מיושנים.

פרק ראשון: רקע לפעולת ההערכה

א. תכנית הלימודים בתקשורת לחטיבת הביניים

בשנת תשנ"ג פרסם האגף לתכניות לימודים תכנית בחירה לחטיבת הביניים בשם "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" המיועדת למגזר היהודי (הממלכתי והממלכתי-דתי) ולמגזר הערבי. התכנית התמקדה ב"פיתוח שיטתי של יכולת ביקורתית ויצירתית באמצעות ניתוח יצירות ופעילות מעשית" (חוברת התכנית, עמ' 4), ומחבריה הדגישו כי: "התכנית תתמקד בקשר שבין צורה תוכן ומסר ומטרתה להקנות לתלמידים כלים להתייחסות שלמה ומקיפה לחוויית הצפייה בתכניות ובסרטים, וכן להציע לתלמידים התנסות בעבודה ויצירה" (שם).

על סמך מידע שעלה מן השדה, בדבר יישום חלקי של התכנית או בחירה בחלופות, ומתוך הבנה שתחום התקשורת התפתח והשתנה בעשור האחרון באורח משמעותי הן תיאורטית והן יישומית, יזם האגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים מחקר טרום-תכנית לקראת הכנת תכנית לימודים חדשה בלימודי התקשורת בחטיבות הביניים בישראל. מכון סאלד התבקש לבצע את פעולת המחקר הנוגעת להוראת התכנית הקיימת, ותוצאותיה יעמדו לרשות ועדת התכנית החדשה.

משיחות עם רפרנטים לתקשורת החברים בוועדה המלווה את המחקר, עלו ההערכות הבאות לגבי החלת תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" במערכת החינוך, ולגבי לימודי תקשורת בחטיבות הביניים בכלל:

- (1) נראה שהשימוש בתכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", "כמות שהיא" (כלומר ללא עיבוד נוסף, או תוספת הנחיות באשר לדרכי ההוראה) – מצומצם מאוד או לא נעשה כלל.
- (2) בכ-30 עד 40 בתי ספר מלמדים תקשורת לפי תכנית שנבנתה בהכוונת המפמ"ר ושמה: "יחיד חברה תרבות". תכנית זו מבוססת על תכנית הלימודים הקיימת, מרחיבה ומפרשת אותה.
- (3) בבתי ספר לא מעטים מלמדים תקשורת במסגרת תל"ן (תכנית לימודים נוספת), שלא בזיקה לתכנית הלימודים אלא תוך הסתמכות על תכניות ייחודיות שנבנו, לפחות בחלקן, על ידי גופים חיצוניים.
- (4) בחינוך הממלכתי-דתי: במספר קטן יחסית של בתי ספר מלמדים תקשורת לפי התכנית הרשמית ואפשר שבתי ספר נוספים מלמדים מקצוע זה בפורמטים שונים.
- (5) בחינוך הערבי: מלמדים תקשורת בכ-15 בתי ספר בפורמטים שונים.
- (6) בתי ספר אחדים אינם מלמדים תקשורת כמקצוע בפני עצמו אלא יוצרים שילובים של נושא התקשורת עם מקצועות אחרים, כמו ספרות או היסטוריה.
- (7) במספר ניכר של חטיבות ביניים אין מלמדים תקשורת כלל.

כלומר, תמונת המצב המשוערת של לימודי התקשורת בחטיבות הביניים מצביעה על שימוש מצומצם יחסית בתכנית הלימודים הרשמית כפי שהיא, ועל כך שהוראת התקשורת במרבית בתי

הספר נעשית על בסיס זיקות משתנות כלפי התכנית ואף ללא קשר כלל עם התכנית הרשמית. מחקר ההערכה יבקש אפוא, לצד בחינה מקרוב של הוראת תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", לעמוד גם על היבטים של הוראת התקשורת לפי תכניות אחרות בחטיבות הביניים בישראל, העשויים לתרום לכתיבת תכנית הלימודים החדשה.

ב. חינוך לתקשורת – היבטים נבחרים

כאשר משתנה הסביבה התקשורתית והופכת לעשירה, נגישה וזמינה יותר, וכאשר הופך הבית לאתר מרכזי, שבו אמצעי תקשורת מגוונים ונגישים לילדים ולבני הנוער, עולה הצורך בבחינה של אופן הצריכה, ההשפעה והמקום שתופסים אמצעי התקשורת בחייהם של בני הנוער (למיש וליבס, 1999). כיום, בתקופה שבה גם מולטימדיה ותקשוב הופכים למושגים מעט מיושנים, ואפשרויות חדשות של שידור, צפייה ותקשורת מתפתחות ומיושמות במהירות רבה; בשעה שמתבטלים ההבדלים בין תרבות גבוהה לתרבות פופולרית – כחלק מהוויה פוסט-מודרנית, ובשעה שמיטשטשים הגבולות שבין מדיה למולטימדיה, שבין עיתונות לפרסום, שיווק ותעמולה, בין טלוויזיה לקולנוע – יש מקום לדון בשאלה: מה מלמדים בבתי הספר בתחומים אלה, ובאיזה אופן, והאם וכיצד מחנכים את התלמידים לצורך באופן מושכל את העולם התקשורתי (רקנטי, 1999).

החל משנות השמונים מעורר המושג 'חינוך לתקשורת' עניין רב מכיוונים שונים בעולם ואף זוכה לניסוחים שונים כמו: 'צריכה ביקורתית של תקשורת', 'אוריינות מדיה' ועוד (למיש, 2002). מאירוביץ (Meyrowitz, 1998) מציע אבחנה נוספת בתוך לימודי התקשורת, ובתוך כך מגדיר שלושה סוגים שונים של "אוריינות מדיה": אוריינות של תוכן המדיה (התמקדות באופנים שונים של ניתוחי תוכן), אוריינות של שפות המדיה (התמקדות ב"דקדוק" הייחודי של כל אמצעי תקשורת ובהיווצרות קשרי גומלין בין מרכיבי ההפקה לבין מרכיבי התוכן) ואוריינות של המדיום עצמו (העוסקת במאפייניו המיוחדים של המדיום, מעבר לרכיבי המשמעות או הדקדוק שלו).

הוראת התקשורת בארץ ובעולם שיקפה אופנות חינוכיות שונות שהושפעו מן ההקשר ההיסטורי, ההקשר הפוליטי וההקשר הכלכלי, מ"רוח התקופה", מטכנולוגיות מתקדמות של תקשורת ומהפרדיגמה המחקרית השלטת באותה העת. בשנות החמישים נתפסה התקשורת כרבת עוצמה, בהמשך נתפסה כחלשה יחסית (ברוח הגישה הפונקציונליסטית, שעל-פיה הצופה מנווט את צריכת המדיה בהתאם לרצונו), והחל משנות השישים נתפסה התקשורת כמפיצה של "תעשיית תרבות", ברוח התיאוריה הביקורתית וגישות הקונפליקט, שרווחו באותה תקופה. כך, הושפעה תפיסת "החינוך לצפייה ביקורתית" מהגישה הביקורתית ומתיאוריות הקונפליקט, ולכן היא מתמקדת בביקורת על התקשורת עצמה, על חשבון העיסוק בתפקידה הביקורתי במשטר דמוקרטי, ובהיותה 'מרחב ציבורי' לייצוג ולמשא ומתן תרבותי (בר וגל-עזר, 2001).

הוראת התקשורת בארצות הברית הדגישה את פיתוח מיומנויות ההתמודדות עם תוכני המדיה והשפעתם האפשרית, תוך עידוד התנהגויות חברתיות רצויות. תכניות הלימודים בתקשורת ניזונו מהנחות יסוד שונות, וביטאו ארבע גישות מרכזיות :

1. גישת ההשפעה המתווכת: גישה זו נגזרת ממחקרי השפעה ומניחה כי צפייה בתוכן מסוים בטלוויזיה עשויה לעצב התנהגות. הגישה מתבססת על מודל המתייחס למשתנים מתערבים אצל הצופה ומניח כי ניתן, להשפיע על הצופה לכיוון החברתי הרצוי תוך צמצום השפעות שליליות. על בסיס גישה זו פותחו תכניות לימודים סביב נושאים בעייתיים והוצעו דרכים חינוכיות להתמודדות עם בעיות שנבעו מתכנים המשודרים באמצעי התקשורת (אלימות, השפעת פרסומות וכו').

2. גישת ההנעה המודעת: גישה זו, היונקת מתיאוריות וממחקרים בתחום השימושים והסיפוקים (הגישה הפונקציונליסטית), מבקשת להגדיר את המניעים והמטרות של הצפייה ולפתח אמות מידה להערכת הסיפוקים ממנה. באופן זה מוקנים לתלמידים כלים לפיתוח המודעות לתהליך קבלת ההחלטות האישי בנוגע לאופי צריכת התקשורת שלהם.

3. הבנה תרבותית וערכית: גישה זו יונקת מהתפיסה שצריכת טלוויזיה היא חלק ממשא ומתן תרבותי, שכן תוכני טלוויזיה עוסקים בקונפליקטים שיש להתמודד עמם, ומדגישים ערכים, רעיונות, סמלים משותפים וכו'. על פי גישה זו, על חינוך לתקשורת (בעיקר בהקשר הטלוויזיוני), לעסוק בעיקר בהערכה ובביקורת הנוגעים להיבטים ערכיים של תוכני הטלוויזיה.

4. אוריינות חזותית: גישה זו מתמקדת בטכניקות ובמרכיבי ההפקה המעורבים ביצירת התכנים השונים (חדשות, פרסומות וכו'), ועוסקת גם בהיבטים אסתטיים של השפה האור-קולית, כמשתנה משפיע על תגובות הצופים (למיש, 2002). גם בר וגל-עזר (2001) מציינות את המעבר לחינוך לאוריינות חזותית, מגמה הנשענת על כיוון בחקר התקשורת, הקורא להעמקה ולשכלול של הניתוח החזותי, תחום שבעבר נזנח באופן יחסי.

קונסידיין (Considine, 1999) שייך את מטרות החינוך לתקשורת לשלוש קבוצות: "הכנה", "הגנה" ו"הנאה" (אצל טורין 2003). ההכנה נובעת מההבנה שאחד מתפקידי המרכזיים של החינוך בימינו הוא הכנת התלמיד לחיים במשטר דמוקרטי; ההגנה, שהיא המטרה המאוזכרת ביותר בתחום החינוך לתקשורת, מבקשת לחנך את התלמידים לצרוך תוכני-תקשורת בצורה מודעת וביקורתית; ואילו ההנאה עוד לא זכתה ללגיטימציה כמטרה בפני עצמה, אלא היא מתקבלת לכל היותר כאמצעי להשגת שתי המטרות הראשונות.

אנדרסון (Anderson, 1983) הצביע על אחד עשר יעדים שעמדו בבסיסו של החינוך לתקשורת (בעיקר טלוויזיה) בארצות הברית, ואשר מרביתם הופיעו בהמשך גם בתכניות הלימודים בישראל: הבנת הדקדוק והתחביר הטלוויזיוניים בסוגות השונות; תכנון הצפייה – משך הזמן ובחירת התכניות; התמצאות בתהליכי ההפקה של תוצרי הטלוויזיה; ניתוח מסרי שכנוע וקישורם להתנהגות צרכנית; השוואה של ייצוגים דומים במדיומים השונים; הבנת הטלוויזיה כתעשייה והבנת מקומה בחברה; זיהוי ערכים ברובדי השפה, בדימויים, בעלילה הקולנועית

והטלוויזיונית וכו'; עיון במחקרי השפעה לצורך זיהוי השפעות אפשריות על התנהגות בעקבות צפייה; ניתוח מאפיינים דרמטיים; ניתוח חדשותי, ופיתוח היכולת להבחין בין מציאות לדמיון.

השיח הישראלי בנושא החינוך לתקשורת אשר התפתח במהלך שנות השמונים, עסק בארבע סוגיות מרכזיות: אוריינות תקשורת כסוגיה של זהות אתנית, תקשורת כסוגיה פוליטית, תקשורת כסוגיה מוסרית ותקשורת כסוגיה בהוראת אקטואליה. על רקע זה פותחו תכניות הלימודים מטעם משרד החינוך והתרבות, לצדן של תכניות ייחודיות ביוזמות מקומיות של בתי ספר שונים (מגמה שתתעצם מאוד בהמשך). היעדים בתחום 'אוריינות הטלוויזיה' שיקפו למעשה את רעיונותיו של אנדרסון: פיתוח יכולת הניתוח של מאפייני הטלוויזיה ושל תכניה; פיתוח יכולת הזיהוי של סכמות וקטגוריות של תכניות; פיתוח יכולת הניתוח של תכנים ויכולת קבלת החלטות באשר לצפייה בטלוויזיה (למיש, 2002). מבחינה מעשית, במסגרת הניסיון לפעול ברוח "מהפכת התקשורת העולמית", הוצעו מודלים של הוראת תקשורת במסגרת לימודים גמישה מבחינת המקום, העיתוי, אופי הלמידה והמטרות החינוכיות של בית הספר. בית הספר ביקש להיות "מרכז תקשורת" שפעילותו מותאמת ל"רוח הזמן" (גורדון, 1989).

מחקרי תרבות פוסט-מודרניים שנערכו בישראל בשנות השמונים והתשעים יצרו במכוון טשטוש בין תרבות גבוהה לתרבות פופולרית, והרבגוניות המודרנית הוגדרה מחדש כ"רב תרבותיות". במסגרת העיסוק ב"רב-תרבותיות" נזנח כמעט לחלוטין העיסוק באיכות התרבות. זאת, משום שעל פי הראייה הפוסט-מודרניסטית, מתבטלים הקריטריונים המבחינים בין 'טוב יותר' ל'טוב פחות', ומאחר "שכולם שווים" מבחינת השתתפותם בעשייה התרבותית, אין לטעון כי תרבותה של קבוצה אחת נמוכה מזו של האחרת (בר וגל-עזר, 2001). אף שמעטים בישראל מצדדים באופן שיטתי בתפיסות פוסט-מודרניות, רעיונות אלה השפיעו באופן ניכר על השיח הפדגוגי והקוריקולרי בתחום תכניות הלימודים. כפועל יוצא מכך, התערעה הלגיטימיות של תכנית הלימודים המסורתית, התוחמת באופן ברור בין תוכני הדעת (מטיאש, 2002), ובהקשר של תכנית הלימודים בתקשורת גם העיסוק בתרבות פופולרית ובלתי-קנונית נתפס כלגיטימי.

לפי למיש (2002), לתכניות הלימודים בתקשורת יש שני מוטיבים מרכזיים: ראשית, הן מדגישות הערכה וביקורת של תוצרים, תהליכים, ערכים ואומנותיים והשפעות. שנית, הן מעודדות את התלמידים לעסוק בתחום התקשורת וליישם את הידע שרכשו לצריכה ביקורתית של תוצרי תקשורת וליצירתיות. למיש ואחרים (מרכוס, 1995) עמדו על הצורך ליצור רצף מתפתח של הוראת התקשורת לאורך שנות הלימודים, והבנה זו אכן השתקפה בשנים האחרונות בהגדרת מטרות החינוך בחינוך היסודי ובחטיבות העל יסודיות, תוך התאמתן לשלבי ההתפתחות תלויי הגיל.

דילמות ושאלות בנוגע לחינוך לתקשורת

הובס (Hobbs, 1998) אצל למיש (2002), העוסקת בחינוך לתקשורת בארצות הברית, מעלה כמה שאלות מפתח בנושא החינוך לתקשורת שהיא מכנה "שבעת הוויכוחים הגדולים". שאלות אלה

מייצגות היבטים המשפיעים על העשייה בתחום הוראת התקשורת וקושרות אותם עם העולם המחקרי והתיאורטי :

האם חינוך לתקשורת (או אוריינות תקשורת) צריך להיות מכוון להגנה על ילדים ואנשים צעירים מפני ההשפעות השליליות של התקשורת?

האם בחינוך לאוריינות מדיה יש לכלול את הפקת המדיה כמרכיב הכרחי?

האם על חינוך לתקשורת להתמקד בטקסטים פופולריים?

האם חינוך לתקשורת צריך לאמץ תפקיד פוליטי ואידיאולוגי נחרץ יותר?

האם יש לעסוק בחינוך לתקשורת החל מגיל הגן עד לסוף התיכון? האם יש ללמד תקשורת כתחום נפרד או כחלק אינטגרלי מתחומים קיימים?

האם יש לאפשר לארגוני תקשורת לממן את החינוך לאוריינות תקשורת?

קיימות בהקשר זה דילמות נוספות כגון : המתח הקיים בין הרצון לחנך תלמידים לתפקוד אורייני בחברה המורכבת של ימינו לבין הרצון להקנות לתלמידים מיומנויות מעשיות לרכישת מקצוע בעולם התקשורת ; וכן האם מקצוע התקשורת מחייב סגנון הוראה משתף ושוויוני יותר מעצם עיסוקו בחומרי אקטואליה המניחים מנעד רחב ולגיטימי של סגנונות חברתיים? כיצד ניתן להעריך את יעילותן של התכניות השונות לחינוך לתקשורת : מה צריכים התלמידים לבטא? כיצד עליהם לנהוג כדי שיוגדרו כ"אורייני תקשורת"? האם יש לבדוק ידע? מיומנויות? התנהגויות? עמדות? רגשות? ערכים? למיש (2002) מציינת כי העוסקים בסוגיה זו מתלבטים, בין היתר, בשאלה אם לדרוש מן התלמידים מבחני ידע, ניתוח ביקורתי של טקסטים, הפקת טקסט תקשורתי, או שילובים שונים שלהם. בישראל של היום, המתפקדת כחברה מקוטבת, שבה חלקים לא מבוטלים של הציבור מנוכרים למדינה וסבורים שהתקשורת עוינת, שאין צורך בשידור ציבורי, שאלומות פוליטית היא לגיטימית, שיש בתקשורת גזענות ושנאת זרים (גל-עזר ובר, 2000), ומכיוון שהתקשורת נתפסת כפועלת באופן מתוחכם ורב ערוצי – האתגרים העומדים בפני המעצבים של לימודי התקשורת הם מורכבים במיוחד.

ג. מטרות המחקר

מטרה 1: לבדוק באיזו מידה נעשה שימוש בתכנית הלימודים הרשמית: "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" במסגרת הוראת תקשורת בחטיבות הביניים, וללמוד על תכניות נוספות שנעשה בהן שימוש.

מטרה 2: לבדוק באיזו מידה מייחסים מורים ומנהלים חשיבות למטרות וליעדי הוראת התקשורת, ובאיזו מידה הושגו בפועל מטרות ההוראה.

מטרה 3: לאסוף מידע מפורט על יישום תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" וללמוד על היחס לתכנית בקרב מורים שנחשפו אליה (נקודות חוזק, נקודות חולשה, הצעות לשיפור).

מטרה 4: ללמוד על עמדות מורים ומנהלים כלפי הוראת תקשורת וקולנוע.

מטרה 5: לבחון את הרלוונטיות לזמננו של התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ולהציע דרכים להרחבתה, וכן לעמוד על מאפייני-ההצלחה בהוראת תקשורת.

מטרה 6: ללמוד על שיקולי מנהלים בחטיבות הביניים, שבחרו להכליל או שלא להכליל את לימודי התקשורת בבית הספר שהם מנהלים.

מטרה 7: לעמוד על היבטים ייחודיים של הוראת תקשורת בסוגי חינוך שונים (בחינוך הממלכתי, בחינוך הממלכתי-דתי ובחינוך הערבי).

ד. מקורות

בר, ד' וגל-עזר, מ' (2001). הוראת התקשורת והתרבות בחינוך מבוגרים: מהפרדוקס הביקורתי אל הכיתה כמרחב ציבורי. **גדיש: שנתון לחינוך מבוגרים**, ז', 171-192.

גורדון, ד' (1989). **בית הספר כמרכז תקשורת**. באר-שבע: אוניברסיטת בן-גוריון.

גל-עזר, מ, ובר, ד' (2000). הפרדוקס הביקורתי והכיתה כמרחב ציבורי. **פנים: כתב עת לתרבות, חברה וחינוך**, 14, 40-50.

טורין, א' (2003) **על מטרת החינוך למדיה והוראת צרכנות ביקורתית לילדי ביה"ס היסודי**. חיפה: מכללת גורדון לחינוך.

למיש, ד' (2002). **לגדול עם הטלוויזיה**. תל אביב: הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.

למיש, ד וליבס, ת' (1999). **ילדים ובני נוער בסביבה התקשורתית המשתנה של ישראל**. ירושלים: האוניברסיטה העברית, המכון לחקר הטיפוח בחינוך.

מטיאש, י' (2002) תכנון לימודים בישראל בשנות האלפיים – האם החינוך הממלכתי הגיע לקצו?

בתוך מ' אילן, א' לוי, מ' זילברשטיין ור' רז (עורכים), **הלכה למעשה בתכנון לימודים** (עמ' 5-26). ירושלים: משרד החינוך, האגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים.

מרכוס, א' (1995). לקראת חינוך לצפייה ביקורתית בישראל. בתוך א' מרכוס (עורך), **ילדים וטלוויזיה – חינוך לצפייה ביקורתית** (עמ' 6-14). ירושלים: משרד החינוך והתרבות, בית הספר לעובדי הוראה בכירים.

Anderson, J. A. (1983). Television literacy and the critical viewer. In J. Bryant & D. R. Anderson (Eds.), *Children's understanding of television: Research on attention and comprehension*. New York: Academic Press.

Meyrowitz, J. (1998). Multiple media literacies. *Journal of Communication*, 48(1), 96-108.

פרק שני: מתודולוגיה

א. שאלות המחקר

אלה הן השאלות העיקריות של המחקר לפי שבע מטרותיו:

מטרה 1: לבדוק באיזו מידה נעשה שימוש בתכנית הלימודים הרשמית: "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" במסגרת הוראת תקשורת בחטיבות הביניים, וללמוד על תכניות נוספות שנעשה בהן שימוש.

1. באיזו מידה מכירים מורים ומנהלים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?

2. לפי איזו תכנית לימודים בתקשורת מלמדים בבית הספר? אם לא מלמדים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" – מה הסיבה לכך?

3. מהם מאפייני הוראת התקשורת שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?

מטרה 2: לבדוק באיזו מידה מייחסים מורים ומנהלים חשיבות למטרות וליעדים של הוראת תקשורת, ובאיזו מידה הושגו בפועל מטרות ההוראה.

4. באיזו מידה חשובות בעיני מורים ומנהלים המטרות של הוראת תקשורת (על בסיס מטרות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע")?

5. באיזו מידה אפשר, בעיני המורים, להשיג את המטרות של הוראת תקשורת? באיזו מידה הושגו המטרות בפועל בעיני מורים ומנהלים?

6. מדוע לא הושגו מטרות ההוראה ומה ניתן לעשות להשגתן בעתיד?

מטרה 3: לאסוף מידע מפורט על יישום תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" וללמוד על היחס לתכנית בקרב מורים שנחשפו אליה (נקודות חוזק, נקודות חולשה, הצעות לשיפור).

7. אילו נושאים מתוך התכנית מלמדים ואילו נושאים אין מלמדים? מדוע?

8. מהם יתרונותיה וחסרונותיה של התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"? מה מוצע לשנות בתכנית?

9. באיזו מידה מתנסים בפעילות מעשית תלמידים הלומדים תקשורת לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?

10. מהי תרומת פרקי התכנית לגיבוש וליישום תכנית ההוראה?

11. מה חושבים התלמידים על התכנית?

12. באיזו מידה נתמכים מורים לתקשורת במערך הפיקוח וההשתלמויות?

מטרה 4: ללמוד על עמדות מורים ומנהלים כלפי הוראת תקשורת וקולנוע.

13. מדוע חשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים ומה צריכה לכלול תכנית הלימודים?
 14. באיזו מסגרת רצוי ללמד תקשורת?
 15. מה חשוב למורים בנוגע להוראת המקצוע בעתיד?

מטרה 5: לבחון את הרלוונטיות לזמננו של התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ולהציע דרכים להרחבתה, וכן לעמוד על מאפייני-ההצלחה בהוראת תקשורת.

16. באיזו מידה רלוונטית תכנית הלימודים לתקופתנו ומה ניתן לעשות כדי להעלות רלוונטיות זו?
 17. מדוע בחרו מנהלי בתי הספר להכליל או שלא להכליל את לימודי התקשורת בבית הספר שהם מנהלים.

מטרה 6: ללמוד על שיקולי מנהלים בחטיבות הביניים שבחרו להכליל או שלא להכליל את לימודי התקשורת בבית הספר שהם מנהלים.

17. מדוע בחרו מנהלי בתי הספר להכליל או שלא להכליל את לימודי התקשורת בבית ספרם?

מטרה 7: לעמוד על היבטים ייחודיים של הוראת תקשורת בסוגי חינוך שונים (בחינוך הממלכתי, בחינוך הממלכתי-דתי ובחינוך הערבי).

18. מהם ההיבטים הייחודיים של הוראת תקשורת בסוגי החינוך השונים?
 19. האם קיימת סתירה בין הוראת תקשורת לבין סוג החינוך?

ב. המדגם

במחקר השתתפו (באמצעות מילוי שאלונים) 70 מורים לתקשורת, 69 מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת ו-10 מנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת (קבוצה זו רואינה טלפונית). בסך הכול התקבל מידע מ-80 בתי ספר שבהם מלמדים תקשורת (מ-55 בתי ספר התקבלו שאלוני מנהלים + שאלוני מורים, מ-14 בתי ספר התקבלו רק שאלוני מנהלים, ומ-11 בתי ספר התקבלו שאלוני מורים בלבד. מארבעה בתי ספר התקבלו שאלונים משני מורים. מלבד זאת, נערכו שבעה ביקורים בבתי ספר הנחשבים, לדעת המפמ"ר, ל"סיפורי הצלחה" בתחום הוראת התקשורת.

משתני רקע עיקריים של המורים

54 (77.1%) מורים לימדו תקשורת בחינוך הממלכתי, 7 מורים (10.0%) לימדו בחינוך הממלכתי-דתי ו-9 (12.9%) מורים לימדו תקשורת בחינוך הערבי.

13 (18.6%) מורים לימדו תקשורת במחוז הדרום, 11 (15.7%) לימדו במחוז חיפה, 7 (10.0%) לימדו במחוז ירושלים (כולל מנח"י), 13 (18.5%) לימדו במחוז מרכז (כולל יו"ש), 18 (25.8%) לימדו במחוז צפון, ו-8 (11.4%) מורים לימדו תקשורת במחוז תל אביב.

30 (42.8%) מהמורים בעלי ותק של בין שנה לחמש שנים בהוראת תקשורת, 20 (28.6%) מורים בעלי ותק של בין שש לתשע שנים בהוראת המקצוע, 18 (25.7%) מורים מלמדים תקשורת מעל עשר שנים. 2 (2.9%) מורים לא ענו על שאלה זו.

משתני רקע עיקריים של המנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת

51 (73.9%) מנהלים השתייכו לחינוך הממלכתי, 5 (7.2%) מנהלים השתייכו לחינוך הממלכתי-דתי ו-13 (18.9%) מנהלים השתייכו לחינוך הערבי.

10 (14.7%) מנהלים השתייכו למחוז הדרום, 13 (19.1%) מנהלים השתייכו למחוז חיפה, 8 (11.8%) מנהלים השתייכו למחוז ירושלים (כולל מנח"י), 13 (19.1%) מנהלים השתייכו למחוז מרכז, 19 (27.9%) מנהלים השתייכו למחוז צפון, ו-5 (7.4%) מנהלים השתייכו למחוז תל אביב.

מנהל אחד (1.4%) ציין שזו שנתו הראשונה בניהול, 20 (29.4%) מנהלים הם בעלי ותק של בין שנתיים לחמש שנים בניהול, 22 (32.4%) בעלי ותק של בין שש לתשע שנים בניהול, ו-23 (33.9%) מנהלים בעלי ותק ניהולי של מעל עשר שנים. 2 (2.9%) מנהלים לא השיבו על שאלה זו.

3 (4.3%) מנהלים דיווחו שזו שנתם הראשונה בתפקידם הנוכחי, 25 (36.3%) מנהלים הם בעלי ותק של בין שנתיים לחמש שנים בתפקידם הנוכחי, 23 (33.3%) מנהלים בעלי ותק של בין שש לתשע שנים בתפקידם הנוכחי, ו-18 (26.1%) מנהלים בעלי ותק ניהולי של מעל עשר שנים.

ג. כלי המחקר

לצורך מחקר זה נבנו שלושה שאלונים ונערכו ראיונות לפי שאלון מובנה כמפורט להלן:

1. שאלון למורים לתקשורת
2. שאלון למנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת
3. שאלון למנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת
4. ריאיון קבוצתי בבתי ספר פעילים בהוראת תקשורת

להלן מובא תיאור קצר של כלי המחקר (הכלים המלאים מופיעים בנספח ב):

1. שאלון למורים לתקשורת

החלק הראשון של השאלון למורים כלל פרטים אישיים הנוגעים לרקע של המורים, למסגרת עבודתם בבית הספר וכן לתכנית שהם מלמדים לפיה תקשורת.

החלק השני נועד למורים שאינם מלמדים תקשורת לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" וכלל שאלות בדבר מאפייני התכנית שהם מלמדים.

החלק השלישי נועד למורים המלמדים תקשורת לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ועסק בהיבטים שונים של יישום התכנית ובחווות דעתם של המורים עליה.

החלק הרביעי נועד לכל המורים ועסק במטרות הוראת התקשורת, בסיכוי להשגתן ובהשגתן בפועל.

החלק החמישי עסק בעמדות ובגישות כלפי תכנית לימודים עתידית בתקשורת.

החלק השישי עסק בהיבטים הייחודיים של הוראת המקצוע בסוגי החינוך השונים.

2. שאלון למנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת

החלק הראשון של השאלון למנהלים כלל פרטים אישיים הנוגעים לרקע שלהם ולרקע של בית הספר שהם מנהלים.

החלק השני עסק בתכנית הלימודים הנלמדת בבית הספר ובדרך יישומה, וכן בשיקולי הבחירה של המנהל בנוגע להכללה של תכנית לימודים בתקשורת בבית הספר שבניהולו.

החלק השלישי עסק בחשיבותם של מטרות ושל יעדים בהוראת תקשורת בעיני המנהלים.

החלק הרביעי עסק בדעתו של המנהל על היבטים שונים של הוראת תקשורת בעתיד.

החלק החמישי עסק בהיבטים הייחודיים של הוראת המקצוע בסוגי החינוך השונים.

3. שאלון למנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת

שאלון זה עסק בעיקר בשיקולי המנהל שלא לכלול את מקצוע התקשורת בתכנית הלימודים הבית-ספרית ובחוות דעתם של מנהלים לגבי מטרות הוראת המקצוע.

4. ריאיון קבוצתי בבתי ספר פעילים בהוראת תקשורת

הריאיון התמקד בגישת בית הספר כלפי הוראת המקצוע וביישום התכנית. המרואיינים התבקשו להביא דוגמאות ליישום מוצלח של הוראת המקצוע.

ד. עיבוד הנתונים

במחקר זה נערכו עיבודים כמותיים ובניתוח תוכן של שאלות פתוחות. עיבודים כמותיים נערכו לתשובות לשאלות "סגורות" באמצעות שימוש במגוון שיטות סטטיסטיות: חישוב של שכיחויות ממוצעים וסטיות תקן (סטטיסטיקה תיאורית), וכן שיטות סטטיסטיות המכוונות לבחינת קשרים בין משתנים כגון ניתוח גורמים, בדיקות מהימנות, ניתוח שונות רב-משתני (MANOVA) וחד-משתני (ANOVA). הפילוחים הסטטיסטיים נעשו על משתני רקע ספציפיים לפי דרישת המזמין. המידע מן השאלות הפתוחות קודד לקטגוריות פרטניות, ולאחר מכן, קובץ לקבוצות בעלות מכנה משותף. בלוחות התשובה הוצגו התפלגויות השכיחויות לפי מספר תשובות ולפי מספר עונים. לדוגמה: לשאלה על סיבות להימנעות הוראת נושאים ספציפיים מתוך התכנית ניתנו על ידי המורים 14 תשובות. תשובות אלו קודדו לעשר קטגוריות פרטניות ואלה קובצו לשלוש קבוצות: סיבות הנוגעות למורים ולאילוצים טכניים וארגוניים, סיבות הנוגעות לתלמידים, וסיבות הנוגעות לתכנית עצמה.

ה. מהלך המחקר

לקראת הכתיבה של הצעת המחקר ובניית הכלים, נערכו ראיונות אישיים לפי הפניית האגף לתכנון ולפיתוח תכניות לימודים, עם האנשים האלה: גב' חנה אדן, גב' מירה שוויקי, גב' דורית באלין, ד"ר רבקה ריבק, גב' איוונה רטנר, גב' תמי אשכנזי וגב' אורנת טורין (סיכום הראיונות מופיע בנספח א).

בשלב הראשון נדגמו 20% מכלל חטיבות הביניים בדגימה שכבתית, לפי מחוזות ומגזרים. במסגרת זו, נשאלו טלפונית האם הם מקיימים לימודי תקשורת, ואם כן - לפי איזו תכנית או הכוונה. מאחר שהתוצאות של מדגם זה היו בלתי מספקות (נמצא מספר נמוך ביותר של בתי ספר המלמדים תקשורת בפורמט כלשהו), הוחלט בעצה אחת עם המזמין להתקשר עם כל חטיבות הביניים כדי למפות בפועל את אוכלוסיית בתי הספר המלמדים תקשורת. בסופו של התהליך, הגענו לקבוצה ראשונית של 125 בתי ספר (מתוך 522 חטיבות ביניים) אשר דיווחו על לימודי תקשורת בפורמט כלשהו. לבתי ספר אלה נשלחו שאלונים המיועדים למנהל ולמורה לתקשורת. במהלך איסוף הנתונים התברר כי חלק מבתי ספר אלה אינם מלמדים תקשורת וכי תשובותיהם עסקו בטעות בהוראה בחטי"ע. נוסף על כך, חלק מהם סירבו למלא את שאלוני המחקר. בסופו של דבר ולאחר המרצות רבות, קיבלנו מידע מ-80 בתי ספר. במקביל, רואיינו באמצעות הטלפון עשרה מנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת וכן נערכו ביקורים בשבעה בתי ספר, שהמפמ"ר המליץ עליהם כבתי ספר שבהם הוראת תקשורת מתבצעת בהצלחה. בתום האיסוף של השאלונים עובדו הנתונים ונכתב דוח המחקר.

פרק שלישי: ממצאים

פרק הממצאים כולל שני חלקים:

- א. תקציר הממצאים – מאורגן לפי מטרות המחקר ולפי שאלות המחקר המרכזיות.
- ב. הפירוט המלא של הממצאים – מאורגן לפי ארבעת כלי המחקר. הסדר הפנימי בכל כלי מקביל בדרך כלל לסדר השאלות שבשאלון.

תקציר הממצאים בזיקה למטרות המחקר⁵

מטרה 1: לדקוק באיזו מידה נצעה שימוש בתכנית הלימודים הרשמית "חינוך לצפייה בטלוויזיה" באספרט וקולנוע" במסגרת הוראת תקשורת בחטיבות הביניים, ולדאוד אל תכניות נוספות נצעה בהן שימוש.

שאלה 1: באיזו מידה מכירים מורים ומנהלים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?

א. היכרות עם תכנית הלימודים – מורים ($N = 70$) [סעיף ג.1 בשאלון מורים] 14 (20.0%) מורים ציינו כי אינם מכירים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", 9 (12.9%) מורים ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים במידה מעטה, 16 (22.9%) מורים ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים במידה בינונית, 15 (21.4%) ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים במידה רבה, 11 (15.7%) מורים ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" במידה רבה מאוד. 5 (7.1%) מורים לא השיבו על שאלה זו (מורים אלה לא ענו על החלק בשאלון באשר לחוות הדעת על התכנית, ולפיכך ייתכן שאינם מכירים את התכנית באופן משמעותי).

ב. ותק בהוראת התכנית (כולל שנה נוכחית) ($N = 70$) [סעיף ג.2 בשאלון מורים] 2 (2.9%) מורים מלמדים זו השנה הראשונה את התכנית, 12 (17.1%) מורים מלמדים את התכנית בין שנתיים לחמש שנים, 8 (11.4%) מורים מלמדים את התכנית בין תשע לעשר שנים. 48 (68.6%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

⁵ $N =$ מספר העונים; הסימן * מציין שאלה פתוחה; הסימון בסוגריים מרובעים [למשל, סעיף ג.1. בשאלון למורים] מתייחס למיקום של אותה שאלה בפירוט המלא של הממצאים; לשאלות הפתוחות התקבלו תשובות רבות והן מיונו לקבוצות. בתקציר הממצאים צוינו הקבוצות הכלליות בלבד והקורא מוזמן לפנות ללוחות המלאים בנושאים המעניינים אותו. תשובות לשאלות שבהן מספר העונים נופל מעשרה מוצגות במלל.

ג. **היכרות עם תכנית הלימודים – מנהלים** ($N = 69$) [סעיף ב.2 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת] 33 (47.8%) מנהלים ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", 30 (43.5%) מהם ציינו כי אינם מכירים את התכנית ו-6 (8.7%) מנהלים לא השיבו על שאלה זו.

שאלה 2: לפי איזו תכנית לימודים בתקשורת מלמדים בבית הספר? אם לא מלמדים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" – מה הסיבה לכך?

התשובה לשאלה בכמה בתי ספר מלמדים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" נבנתה משילוב תשובות מתוך שאלוני מורים ושאלוני מנהלים. במחקר השתתפו 80 בתי ספר: 55 בתי ספר שמהם התקבלו שאלוני מנהלים + שאלוני מורים, 14 בתי ספר שמהם התקבלו רק שאלוני מנהלים, 11 בתי ספר שמהם התקבלו רק שאלוני מורים ו-4 בתי ספר שמהם התקבלו שאלונים משני מורים. למעט ארבעה מקרים, מצאנו "הלימה סבירה" בין דיווחי מורים לדיווחי מנהלים באותו בית ספר.

חישוב משולב מצביע על כך שתכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" נלמדת, באופן מלא או חלקי, ב-34 בתי ספר המהווים כ-43%⁶ מבתי הספר שהשתתפו במחקר.

א. **תכנית ההוראה: תכניות הלימוד בתקשורת לפי דיווח מורים** ($N = 70$) [סעיף ב.1 בשאלון מורים]

כ-43% מהמורים מלמדים תכנית מעשית שנבנתה על ידם, כ-41% מהמורים מלמדים תכנית עיונית שנבנתה על ידם, כ-26% מהמורים מלמדים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע". כ-13% מהמורים מלמדים את התכנית "תרבות, יחיד, חברה", כ-10% מלמדים תכנית עיונית שנבנתה על ידם על בסיס תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"⁷, כ-6% מלמדים לפי תכנית חיצונית בתחום העיוני וכ-4% מלמדים תכנית חיצונית בתחום המעשי (מורים עשויים ללמד יותר מסוג אחד של תכנית).

ב. **תכנית ההוראה: תכנית הלימודים בתקשורת לפי דיווח מנהלים** ($N = 69$) [סעיף ב.1 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת]

כ-35% מהמנהלים ציינו כי בבית ספרם מלמדים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", כ-33% ציינו כי בבית ספרם מלמדים תכנית ייחודית בית-ספרית בנושא תקשורת, כ-17% ציינו שבבית ספרם מלמדים תכנית שנבנתה על ידי המורה, וכ-13% מהמנהלים ציינו כי

⁶ לא הכללנו בקבוצת המלמדים לפי התכנית ארבעה בתי ספר מכיוון שלא נמצאה בהם סיבה סבירה להעדפת דיווח המנהל על פני דיווח המורה.

⁷ לקטגוריה זו שויכו מורים שדיווחו על הוראת תכנית עיונית שנבנתה על ידם וגם מילאו את פרק השאלון שעסק בתכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע".

מלמדים בבית ספרם את התכנית "תרבות, יחיד, חברה". כ-7% מהמנהלים ציינו כי בבית ספרם מלמדים תקשורת בשילוב עם מקצועות אחרים, כ-3% ציינו ששבבית הספר מלמדים תקשורת לפי תכנית חיצונית מוגדרת וכ-7% מהמנהלים לא ידעו איזו תכנית תקשורת מלמדים בבית ספרם.

ג. הסברים לאי הוראת התכנית (N = 46) * [סעיף ב.3 שאלון מורים]

מורים ציינו שאינם מלמדים לפי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" מסיבות אלה: אי-התאמה של הוראת תקשורת לצרכים, להעדפות ולאילוצים שונים (כ-46% מהמורים), ביקורת על התכנית (כ-33% מהמורים), חוסר היכרות עם התכנית (כ-26% מהמורים), והיבטים טכניים וארגוניים (כ-9% מהמורים).

שאלה 3: מהם מאפייני הוראת תקשורת שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?

א. מרכיבים ומאפיינים של הוראת תקשורת שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" (N = 46) [סעיף ב.2 שאלון מורים]

מורים ציינו מאפיינים אלה של הוראה שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע": נושאים ומושגים בתקשורת ובקולנוע (כ-63% מהמורים), היבטים מעשיים (כ-50% מהמורים), צפייה מושכלת (כ-39% מהמורים), ז'אנרים (כ-35% מהמורים), תקשורת בהיבט חברתי-חינוכי (כ-24% מהמורים), וחקירת תהליכי יצירה (כ-4% מהמורים).

ב. פעולות מעשיות בתחום התקשורת והקולנוע (ללא התייחסות לתכנית ספציפית) (N = 66)

[סעיף ב.3 שאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת]

כ-77% מהמנהלים ציינו שהתלמידים מוציאים לאור עיתון בית-ספרי מספר פעמים בשנה, כ-64% מהם ציינו שמתקיימת בבית הספר עשייה בתחום הקולנוע/ הווידיאו, וכ-58% מהמנהלים ציינו שלבית הספר יש אתר אינטרנט.

טבלה 2: לפי דיוק באילו מידה מייחסים מורים ומנהלים חשיבות למטרות ולפיצויט להוראת תקשורת, ובאילו מידה הושגו כמוצג במטרות ההוראה.

שאלה 4: באיזו מידה חשובות בעיני מורים ומנהלים המטרות של הוראת תקשורת (על בסיס מטרות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע")?

א. חשיבות המטרות של הוראת תקשורת בעיני מורים (N = 69) [סעיף ד.1 שאלון מורים]
הציון הממוצע של חשיבות המטרות של הוראת תקשורת בעיני מורים הוא 4.07 (כלומר מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים מורים למטרות הוראת המקצוע היא רבה עד רבה מאוד).

הקבוצות שבעיניהן המטרות של הוראת התקשורת חשובות יחסית הן: מורים מן החינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 4.32 מתוך 5), מורים בעלי הכשרה עיונית בתקשורת (ממוצע 4.16), ומורים המלמדים גם בחטי"ע (ממוצע 4.14).

המטרות החשובות יחסית בעיני מורים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "חשובה במידה רבה" ו"חשובה במידה רבה מאוד") הן: לפתח מודעות והערכה כלפי החשיבות של תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית (כ-94% מהמורים), ולפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (כ-93% מהמורים). המטרות החשובות פחות (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא חשובה" ו"חשובה במידה מעטה") הן: היכרות עם מפת התקשורת בישראל (כ-21% מהמורים) והקניית הבנה של היחסים ממסד – תקשורת (כ-14% מהמורים). מידת החשיבות שיוחסה למטרות הוראת המקצוע אינה מושפעת ממשנתני הרקע של המורים.

ב. חשיבות המטרות של הוראת תקשורת בעיני מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת (N = 69)

[סעיף ג.1 בשאלון מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת]

הציון הממוצע של חשיבות המטרות של הוראת תקשורת בעיני מנהלים הוא 4.22 (כלומר מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים מנהלים למטרות הוראת המקצוע היא רבה עד רבה מאוד).

הקבוצות שבעיניהן המטרות של הוראת תקשורת חשובות יחסית הן: מנהלים שבבית ספרם לומדים מעל 700 תלמידים (ממוצע 4.37 מתוך 5), מנהלים בעלי תואר ראשון (ממוצע 4.33) ומנהלים בעלי ותק בניהול בית הספר הנוכחי של שש עד תשע שנים (ממוצע 4.30).

המטרות החשובות יחסית בעיני מנהלים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "חשובה במידה רבה" ו"חשובה במידה רבה מאוד") הן: לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (100% מהמנהלים), לפתח מודעות והערכה כלפי החשיבות של תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית (כ-94% מהמנהלים), ולפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי וכלפי השונה באמצעות חשיפה לתקשורת (כ-91% מהמנהלים). המטרה החשובה פחות (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא חשובה" ו"חשובה במידה מעטה") היא היכרות עם מפת התקשורת בישראל (כ-16% מהמנהלים).

מידת החשיבות שיוחסה למטרות הוראת המקצוע אינה מושפעת ממשנתני הרקע של המנהלים, למעט משנתני המין וגודל בית הספר: נמצא כי מנהלים שבבית ספרם מעל 700 תלמידים ייחסו למטרות של הוראת תקשורת חשיבות רבה יותר ממנהלים שבבית ספרם בין 400 ל-700 תלמידים, וכן שמנהלות ייחסו למטרות של הוראת תקשורת חשיבות רבה יותר ממנהלים.

לא נמצא הבדל מובהק סטטיסטית בין מנהלים למורים באשר להקניית חשיבות למטרות הוראת תקשורת (ראו פירוט בנספח ג).

ג. חשיבות המטרות של הוראת תקשורת בעיני מנהלים שבבית ספרם לא מלמדים תקשורת

[שאלון מנהלים בבתי ספר בהם לא לומדים תקשורת] (N = 10)

הציון הממוצע של חשיבות המטרות של הוראת תקשורת בעיני מנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת הוא 4.23 (כלומר, מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים מנהלים למטרות הוראת המקצוע היא רבה עד רבה מאוד).

המטרות החשובות יחסית בעיני מנהלים שבבית ספרם אין לומדים תקשורת⁸ הן: לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, שיפוט אסתטי ושיפוט ערכי) (ממוצע 4.90 מתוך 5), לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה (ממוצע 4.70), ולהבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של המציאות (ממוצע 4.70).

המטרות החשובות פחות לדעתם של מנהלים שבבית ספרם אין לומדים תקשורת הן: היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים) (ממוצע 3.10 מתוך 5), פיתוח הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות הכרת היצירה התקשורתית במגוון של תחומים וז'אנרים (ממוצע 3.60).

ד. חשיבות היעדים של הוראת תקשורת בעיני מנהלים ($N = 66$) [סעיף ד.1 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת]

הציון הממוצע של חשיבות יעדי הוראת תקשורת בעיני מנהלים הוא 4.03 (כלומר, מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים מנהלים ליעדי הוראת המקצוע היא רבה עד רבה מאוד).

הקבוצות שבעיניהן יעדי הוראת תקשורת חשובים יחסית הם: מנהלים בעלי ותק בניהול כללי של שנה עד חמש שנים (ממוצע 4.20 מתוך 5), מנהלים בעלי ותק בניהול בית הספר הנוכחי של שנה עד חמש שנים (ממוצע 4.13), ומנהלים שבבית ספרם לומדים מעל 700 תלמידים (ממוצע 4.13).

היעדים החשובים יחסית בעיני מנהלים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "חשוב במידה רבה" ו"חשוב במידה רבה מאוד") הם: צריכה מושכלת של תקשורת (כ-95% מהמנהלים) ופיתוח יכולת ההבחנה בין מציאות לבין פרשנות שמוצעת לגביה (כ-93% מהמנהלים). היעד החשוב פחות (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא חשוב" ו"חשוב במידה מעטה") הוא הבנת הדקדוק והתחביר הטלוויזיוניים והקולנועיים בסוגות (ז'אנרים) (כ-19% מהמנהלים).

מידת החשיבות שיוחסה ליעדי הוראת המקצוע אינה מושפעת ממשתני רקע של המנהלים, למעט גודל בית הספר: מנהלים שבבית ספרם עד 400 תלמידים ייחסו חשיבות ליעדי הוראה ספציפיים יותר ממנהלים שבבית ספרם 400 עד 700 תלמידים.

שאלה 5: באיזו מידה אפשר, בעיני המורים, להשיג את מטרות הוראת התקשורת? באיזו מידה הושגו המטרות בפועל בעיני מורים ומנהלים?

א. הערכת האפשרות להשגת מטרות ההוראה בעיני מורים ($N = 45$) [סעיף ד.3 בשאלון מורים]
הציון הממוצע של הערכת האפשרות להשגת מטרות ההוראה בעיני מורים הוא 3.64 (כלומר, הערכת מורים לגבי השגת מטרות ההוראה בינונית עד רבה).

⁸ התוצאות אינן מובאות באחוזים בגלל ה-N הנמוך.

הקבוצות שבעיניהן השגת המטרות של הוראת תקשורת מוערכת כאפשרית במידה רבה יחסית הן: מורי החינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 4.29 מתוך 5), מורים המרכזים מקצוע (ממוצע 3.93), ומורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של שש עד תשע שנים (ממוצע 3.85).

המטרות הניתנות יותר להשגה בעיני מורים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "ניתנת להשגה במידה רבה" ו"ניתנת להשגה במידה רבה מאוד") הן: הקניית הבנה של יחסי ממשד-תקשורת (כ-83% מהמורים), זיהוי והערכה של מקום התקשורת כמשקפת ומייצרת תרבות וכמפרשת את המציאות (כ-78% מהמורים), והיכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ואמצעי מדיה שונים (כ-74% מהמורים). המטרות שניתנות פחות להשגה (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא ניתנת להשגה" ו"ניתנת להשגה מעטה") הן: עידוד מעורבות והשתתפות של האזרחים בנוגע לנושאים המוצגים בתקשורת (כ-21% מהמורים), פיתוח מודעות להיבטים אתיים הנוגעים לתקשורת (כ-20% מהמורים), ויכולת ניתוח של היבטים אלה, ופיתוח סובלנות כלפי פלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת (כ-14% מהמורים).

הערכת ההשגה של מטרות הוראת תקשורת אינה מושפעת ממשתני הרקע של מורים, למעט משתנה ההוראה בחטי"ע: מורים המלמדים בחטיבה עליונה מאמינים ביכולתם של תלמידיהם להשיג את מטרות ההוראה יותר ממורים שאינם מלמדים בחטיבה עליונה.

ב. השגת מטרות ההוראה בפועל: רכישת מודעות בנושאי תקשורת ($N = 59$) [סעיף 8.ד בשאלון מורים]

ניתוח הגורמים של הפריטים המבטאים את השגת מטרות ההוראה יצר את סולם רכישת מודעות בנושאי תקשורת, הכולל שלושה גורמים: (1) מודעות לבחירות אידיאולוגיות, רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת; (2) מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת; (3) מודעות לתפקידה של התקשורת.

הציון הממוצע של רכישת מודעות בנושא תקשורת בעיני מורים הוא 3.65 (כלומר מידת רכישת המודעות בנושא תקשורת בינונית עד רבה). הציון הממוצע למודעות לבחירות אידיאולוגיות, רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת בקרב התלמידים – 3.73, ממוצע מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת בקרב התלמידים – 3.36. הציון הממוצע למודעות לתפקידה של התקשורת בקרב התלמידים – 4.11.

הקבוצות שבעיניהן המודעות לנושאי תקשורת של התלמידים גבוהה יחסית הן: מורי החינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 3.89 מתוך 5), מורים המרכזים מקצוע (ממוצע 3.80), ומורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של עשר שנים ומעלה (ממוצע 3.80). הקבוצות שבעיניהן מודעות לבחירות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת בקרב התלמידים גבוהה יחסית הן: מורים המלמדים בחינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 4.03), מורים המרכזים מקצוע (ממוצע 3.93), ומורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של עשר שנים ומעלה (ממוצע 3.88). הקבוצות שבעיניהן מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת בקרב התלמידים גבוהה יחסית הן: מורים

המלמדים בחינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 3.63), ומורים בעלי השכלה עיונית בתקשורת (ממוצע 3.51). הקבוצות שבעיניהן מודעות לתפקידה של התקשורת בקרב התלמידים גבוהה יחסית הן: מורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של עשר שנים ומעלה (ממוצע 4.33), מורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של שנה עד חמש שנים (ממוצע 4.26), ומורים בעלי הכשרה עיונית בתקשורת (ממוצע 4.26).

המטרות שהושגו במידה רבה בעיני מורים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "הושגו במידה רבה" ו"הושגו במידה רבה מאוד") הן: רכישת מודעות להיותם של אמצעי התקשורת מקור הן לבידור הן למידע (כ-88% מהמורים), רכישת מודעות למקום שתופסים אמצעי התקשורת בחייהם ובחברה הסובבת (כ-83% מהמורים), ורכישת מודעות לשימוש במין, באלימות ובסטריאוטיפים – כאמצעי למשיכת קהל (כ-81% מהמורים).

המטרות שהושגו במידה פחותה (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא הושגו" ו"הושגו במידה מעטה") הן: היכולת להבחין בשימוש שגרתי ושימוש יוצא דופן בדרכי הצגה, תוך התייחסות לסגנון אישי ולביטוי אישי ייחודי (כ-30% מהמורים), ורכישת מודעות להשפעה של אידיאולוגיות ופוליטיקה על התוצרים התקשורתיים (כ-24% מהמורים).

לא נמצא קשר מובהק סטטיסטית בין משתני הרקע: הוראה בחט"ע, ריכוז המקצוע, מין, ותק, השכלה והוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" לבין מידת המודעות התקשורתית שמייחסים מורים לתלמידיהם.

ג. השגת המטרות של הוראת תקשורת בבית הספר ($N = 64$) [סעיף ג.3 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת]

מנהל אחד (1.4%) סבור כי המטרות אינן מושגות כלל בבית הספר שהוא מנהל, 40 (58%) מנהלים סבורים שחלק מהמטרות מושגות בבית הספר שהם מנהלים, 26 (37.7%) מנהלים סבורים שמרבית המטרות מושגות בבית הספר שהם מנהלים, ו-2 (2.9%) מנהלים לא השיבו על שאלה זו.

ד. פירוט המטרות שהושגו בבית הספר ($N = 25$) [סעיף ג.3 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת]

המטרות שהושגו במידה הרבה ביותר היו פיתוח כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (כ-56% מהמנהלים ציינו כי מטרה זו הושגה), עידוד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית בנוגע לנושאים המוצגים בתקשורת (כ-48% מהמנהלים), ופיתוח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה (כ-48% מהמנהלים ציינו כי המטרה הושגה).

שאלה 6: מדוע לא הושגו מטרות ההוראה ומה ניתן לעשות להשגתן בעתיד?

א. הסברים לאי השגת המטרות ($N = 46$) * [סעיף ד.5 בשאלון מורים]
 הסיבות לאי השגת המטרות, לדעת מורים, הן: היבטים טכניים וארגוניים (כ-74% מהמורים), סיבות הקשורות לבית הספר (כ-28% מהמורים), סיבות הקשורות לתלמידים (כ-28% מהמורים), וסיבות הקשורות לתכנית (כ-26% מהמורים).

ב. הצעות לתמיכה בהשגת המטרות ($N = 31$) * [סעיף ד.6 בשאלון מורים]
 הצעותיהם של מורים בנוגע להשגת המטרות כללו הצעות הנוגעות לשינויים ארגוניים (כ-68% מהמורים), שינוי הגישה כלפי המקצוע (כ-29% מהמורים), סיוע למורים (כ-23% מהמורים) והצעות הנוגעות לאסטרטגיות הוראה (כ-10% מהמורים).

ג. הרחבת הפעילות בנושא תקשורת בבית הספר ($N = 55$) * [סעיף ד.3 בשאלון מנהלים]
 הרחבת הפעילות הבית-ספרית בנושא תקשורת צריכה, לדעת המנהלים, להיעשות באמצעות היבטים טכניים וארגוניים (כ-66% מהמנהלים). השכיח היה צמצום מספר התלמידים בכיתה/הקצאת משאבים נוספים/הגדלת שעות הלימוד/חשיפת שכבות לימוד נוספות לתחום התקשורת (כ-33% מהמנהלים), ובאמצעות היבטים תוכניים (כ-55% מהמנהלים). השכיח היה ייזום פעילות תקשורתית בית-ספרית כמו פרויקטים בית-ספריים, הפקת סרטים, הקמת אתרים ועוד (כ-31% מהמנהלים).

מטרה 3: לאסוף מידע מפורט על יישום תכנית הלימודים "חינוך לפייה בטלוויזיה ובקולנוע" וללמוד על היחס לתכנית בקרב מורים שנחשפו אליה (נקודות חוזק, נקודות חולשה, הצעות לשיפור).

שאלה 7: אילו נושאים מתוך התכנית מלמדים ואילו נושאים אין מלמדים? מדוע?

א. נושאי ההוראה ($N = 25$) [סעיף ג.3 בשאלון מורים]
 נושאי ההוראה השכיחים ביותר הם פרסומת בטלוויזיה ובקולנוע (כ-84% מהמורים המלמדים את התכנית)⁹ ואקטואליה וחדשות בטלוויזיה (כ-76% מהמורים המלמדים את התכנית). נושא ההוראה הפחות שכיח הוא ספורט בטלוויזיה ובקולנוע (כ-20% מהמורים המלמדים את התכנית).

ב. נושאי הוראה מועדפים ($N = 22$) * [סעיף ג.5 בשאלון מורים]
 נושאי ההוראה המועדפים על מורים הם: ז'אנרים (כ-64% מהמורים), מושגים ונושאים בתקשורת (כ-36% מהמורים), היבטים מעשיים (כ-27% מהמורים), וצפייה מושכלת (כ-23% מהמורים).

⁹ בקבוצת "המורים המלמדים את התכנית" נכללו מורים שמלמדים את התכנית באופן מלא או כחלק מתכנית עיונית שנבנתה על ידם.

ג. שיקולים בבחירת נושאי הלימוד ($N = 64$) * [סעיף ג.6 בשאלון מורים]
 השיקולים בבחירת נושאי הלימוד היו: נגישותם לתלמידים (כ-60% מהמורים), היותם עכשוויים, רלוונטיים ואקטואליים (כ-30% מהמורים), נגישותם למורים (כ-25% מהמורים), היותם מקדמים צריכה מושכלת של תקשורת (כ-15% מהמורים), והיותם בעלי ממד מעשי (כ-10% מהמורים).

ד. סיבות להימנעות מהוראה של נושאי לימוד מתוך התכנית ($N = 23$) * [סעיף ג.6 בשאלון מורים]
 הסיבות להימנעות מהוראה של נושאי לימוד מתוך התכנית הן: סיבות הנוגעות למורים ולאילוצים טכניים וארגוניים (כ-57% מהמורים), סיבות הנוגעות לתלמידים (כ-39% מהמורים), וסיבות הנוגעות לתכנית (כ-17% מהמורים).

שאלה 8: מהם יתרונותיה וחסרונותיה של התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"? מה מוצע לשנות בתכנית?

א. יתרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ($N = 21$) * [סעיף ג.7 בשאלון מורים]
 יתרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", לדעת מורים, הם: מאפיינים תוכניים (כ-67% מהמורים), השכיח היה העניין שמעוררת התכנית (כ-52% מהמורים); תוצרים שהתכנית מאפשרת (כ-29% מהמורים), השכיח היה תרומת התכנית להתערות התלמידים בחברה ולהעלאת המודעות לתחום התקשורת; ומאפיינים מבניים (כ-29% מהמורים), השכיח שבהם היה מבנה הגיוני/ קוהרנטי/ ממוקד של התכנית (כ-14% מהמורים).

ב. חסרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ($N = 14$) * [סעיף ג.8 בשאלון מורים]
 חסרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", לדעת מורים, נוגעים למאפיינים תוכניים ומבניים (כ-79% מהמורים): בעיקר חוסר בהירות, צורך בפיתוח נושאי רחב מספיק, וחוסר ישימות; וכן – לנגישות נמוכה לתלמידים (כ-29% מהמורים): חוסר רלוונטיות ואי התאמה לרמת התלמידים.

ג. הצעות לשינויים בתכנית ($N = 12$) * [סעיף ג.9 בשאלון מורים]
 ההצעות לשינויים בתכנית קשורות לתוספות לתכנית הלימודים (כ-67% מהמורים), השכיחה הייתה התייחסות לתכנים: ז'אנרים שהתלמידים צופים בהם/ שילוב דיון בתכניות שאינן קונפורמיות מבחינה חברתית / הוספת נושאים שמתאימים למגזר הערבי (תכניות טלוויזיה וכו'), הוספת וידיאו קליפים/ קריקטורות (כ-58% מהמורים), וכן – לצמצום תכנית הלימודים (כ-17% מהמורים): בתחומים ספורט, פוליטיקה ותעודה.

שאלה 9: באיזו מידה מתנסים בפעילות מעשית תלמידים הלומדים תקשורת לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?

א. התנסות בפעילות מעשית בתקשורת ($N = 31$) [סעיף ג.12 בשאלון מורים]
 מורים שציינו כי הם מלמדים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" נשאלו באיזו מידה מתנסים תלמידיהם בפעילות מעשית בתקשורת. 6 (8.6%) מורים ציינו שתלמידיהם לא התנסו, או התנסו במידה מעטה בפעילות מעשית בתקשורת, 6 (8.6%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה בינונית, 9 (12.9%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה רבה, ו-10 (14.3%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה רבה מאוד. 39 (55.6%) מורים לא השיבו על השאלה.

ב. סוגי הפעילות המעשית ($N = 31$) [סעיף ג.12 בשאלון מורים]
 הפעילות המעשית של התלמידים כללה צילום סרטים (כ-70% מהמורים), תיעוד אירועים בבית הספר וסיוע בשיווק בית הספר (כ-61% מהמורים), הפקת עיתון בית-ספרי (כ-63% מהמורים), והשתתפות בפרויקטים מיוחדים בתחום התקשורת (כ-40% מהמורים).

ג. הצעות להרחבה של פרקי התכנית ($N = 20$) [סעיף ג.15 בשאלון מורים]
 מורים ממליצים להרחיב בעיקר את הפרקים הנושאים ואת הפרקים העוסקים בהמלצות על דרכי הוראה וחומרי לימוד (70%-ו-65% מהמורים בהתאמה).

שאלה 10: מהי תרומת פרקי התכנית לגיבוש וליישום תכנית ההוראה?

תרומת חוברת התכנית לגיבוש וליישום תכנית ההוראה ($N = 20$) [סעיף ג.14 בשאלון מורים]
 תרומת חוברת התכנית בכללותה להוראת התכנית היא בינונית עד רבה (ממוצע 3.65 מתוך 5). הפרקים פרסומות ברדיו ובטלוויזיה ואקטואליה וחדשות בטלוויזיה – הוערכו כתורמים להוראה יותר מפרקים אחרים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "סייע במידה רבה" ו"סייע במידה רבה מאוד"). הפרקים פעילות מעשית ותעודה בקולנוע הוערכו כתורמים פחות מאחרים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "לא סייע כלל" ו"סייע במידה מועטה").

שאלה 11: מה חושבים התלמידים על התכנית?

דעות תלמידים על התכנית (לפי דיווחי מורים) ($N = 30$) * [סעיף ג.12 בשאלון מורים]
 כ-87% מהמורים ציינו כי התלמידים מגלים יחס חיובי כלפי התכנית, השכיח היה גילוי עניין/התלהבות/הנאה/מעורבות (כ-80% מהמורים). כ-30% מהמורים ציינו כי התלמידים מגלים יחס ביקורתי כלפי התכנית, השכיח היה טענה נגד העיסוק הנרחב בחלק העיוני על חשבון לימוד מעשי (כ-17% מהמורים).

שאלה 12: באיזו מידה נתמכים מורים לתקשורת במערך הפיקוח וההשתלמויות?

א. השתלמויות מורים בנושאי תקשורת ($N = 34$) [סעיף ו.1 בשאלון מורים]
 כ-56% מהמורים השתתפו בהשתלמות מטעם משרד החינוך/המפמ"ר, כ-24% מהם ציינו שהשתתפו בהשתלמות מטעם אוניברסיטאות או מכללת אורנים, וכ-9% השתתפו בהשתלמות מטעם בית רוטנברג, או הסתדרות המורים.

כ-40% מהמורים השתלמו בלימודי קולנוע מסוגים שונים, כ-24% מהמורים השתלמו בנושא של תקשורת וחברה, כ-12% מהמורים השתלמו בתחום הרדיו או בנושא האתיקה העיתונאית.

ב. קשר עם הפיקוח על הוראת תקשורת ($N = 70$) [סעיף ו. בשאלון מורים]
 2 מורים (31.4%) ציינו שהיו בקשר רופף עם הפיקוח על הוראת התקשורת והקולנוע, 21 (30%) מורים ציינו שהיו בקשר משמעותי עם הפיקוח, 20 (28.6%) מורים ציינו שכלל לא היו בקשר עם הפיקוח, ומורה אחד (1.4%) ציין שפנה בעצמו לפיקוח. 6 (8.6%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

טבלה 4: *עמדות מורים ואנהליס כלפי הוראת תקשורת וקולנוע*

שאלה 13: מדוע חשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים ומה צריכה לכלול תכנית הלימודים?

א. חשיבות הוראת תקשורת בעיני מורים ($N = 65$) * [סעיף ד.7 בשאלון מורים]
 לדעת המורים, חשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים בגלל תרומת המקצוע להתמודדות טובה יותר עם המציאות היומיומית (כ-86% מהמורים), לקראת לימוד או עיסוק עתידיים בתחום (כ-19% מהמורים), בגלל תרומת המקצוע להתפתחותם האישית של התלמידים (כ-17% מהמורים), ובשל אופי המקצוע: אינטגרטיבי, נגיש ושימושי (כ-11% מהמורים).

ב. חשיבות הוראת תקשורת בעיני מנהלים ($N = 62$) * [סעיף ב.9 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת]
 כ-57% מהמנהלים ציינו שחשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים כדי לפתח בתלמיד הרגלים מושכלים של צריכת תקשורת. כ-32% מהמנהלים ציינו שחשוב ללמד תקשורת כדי להעלות את המודעות לעוצמתה של התקשורת ולמרכזיותה בחיים הציבוריים, וכ-29% מהמנהלים ציינו שחשוב ללמד תקשורת לצורך הגברת ההשתתפות בחיים החברתיים בישראל והעמקת ההיכרות עם החברה הישראלית.

ג. מה צריכים לכלול לימודי תקשורת/קולנוע בחטיבת הביניים, בעיני מנהלים? ($N = 54$) * [סעיף ב.4 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת]
 לימודי התקשורת בחטיבת הביניים צריכים לכלול, לדעת מנהלים, ברמת התכנים (כ-94% מהמנהלים), בעיקר צריכה נבונה של אמצעי התקשורת (כ-57% מהמנהלים), וברמת דרכי ההוראה (כ-35% מהמנהלים), בעיקר סדנאות העשרה ומפגשים עם אנשי מקצוע בתחום (כ-24% מהמנהלים).

שאלה 14: באיזו מסגרת רצוי ללמד תקשורת?

א. תקשורת כמקצוע חובה בעיני מנהלים ($N = 69$) [סעיף ב.7 בשאלון מנהלים בבתי ספר שבהם לומדים תקשורת]
 44 (63.8%) מנהלים סבורים שיש להפוך את מקצוע התקשורת בחטיבות הביניים למקצוע חובה, 24 (34.8%) מנהלים סבורים שאין להפוך את מקצוע התקשורת בחטיבות הביניים למקצוע חובה. מנהל אחד (1.4%) לא השיב על שאלה זו.

ב. הוראת תקשורת כתחום נפרד או משולב בעיני מורים ($N = 70$) [סעיף ה.4 בשאלון מורים] 30 (42.9%) מהמורים ציינו שיש ללמד תקשורת כתחום לימוד נפרד, 10 (14.3%) מורים ציינו שיש ללמד תקשורת כחלק אינטגרלי ממקצועות אחרים, ו-22 (31.4%) מורים ציינו שיש ללמד תקשורת בשילוב שתי האפשרויות. שמונה (11.4%) מורים לא השיבו לשאלה זו.

ג. הוראת תקשורת כתחום נפרד או כחלק מתחומי לימוד קיימים – בעיני מנהלים ($N = 69$) [סעיף ב.5 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת] 49 (71%) מנהלים ציינו כי רצוי ללמד תקשורת בחטיבות הביניים כתחום לימוד נפרד, 19 (27.6%) מנהלים ציינו כי רצוי ללמד תקשורת כחלק מתחומי לימוד קיימים. מנהל אחד (1.4%) לא השיב על שאלה זו.

ד. הוראת תקשורת בדגש עיוני או בדגש מעשי – בעיני מורים ($N = 70$) [סעיף ה.5 בשאלון מורים] 3 (4.3%) מהמורים ציינו שיש ללמד תקשורת בדגש עיוני, 8 (11.4%) מורים ציינו שיש ללמד תקשורת בדגש מעשי ו-48 (68.6%) מורים ציינו שיש לשלב בין שתי האפשרויות. 11 (15.7%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

ה. הוראת תקשורת בדגש עיוני או בדגש מעשי – בעיני מנהלים ($N = 69$) [סעיף ב.6 בשאלון מנהלים בבתי ספר שבהם לומדים תקשורת] 11 (15.9%) מנהלים סבורים שיש ללמד תקשורת בחטיבות הביניים בדגש עיוני, 7 (10.2%) מנהלים ציינו שיש ללמד תקשורת בחטיבות הביניים בדגש מעשי, ו-51 (73.9%) מנהלים סבורים שיש ללמד תקשורת תוך איזון בין הפן העיוני לפן המעשי.

ו. הוראת תקשורת בשילוב עם מקצועות אחרים ($N = 14$) [סעיף ג.10 בשאלון מורים] המקצועות העיקריים המשולבים עם הוראת התקשורת הם **היסטוריה, אקטואליה, אמנות ודרמה** (50% מהמורים).

ז. תמהיל של לימודי תקשורת ולימודי קולנוע ($N = 70$) [סעיף ה.6 בשאלון מורים] 32 (45.7%) מורים המליצו על לימודי תקשורת וקולנוע בתכנית אחת ו-25 (35.7%) מורים המליצו על הפרדת לימודי המקצוע לשתי תכניות נפרדות. 13 (18.6%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

שאלה 15: מה חשוב למורים בנוגע להוראת המקצוע בעתיד?

א. עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית ($N = 64$) [סעיף ה. בשאלון מורים] בנייתו הגורמים של הפריטים המבטאים את חשיבות העמדות כלפי תכנית הלימודים העתידית התקבלו שני גורמים: (1) מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים) ו-(2) מכוונות ליישומיות המקצוע.

הציון הממוצע של (חשיבות) עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית, בעיני מורים, הוא 4.13 (כלומר מידת החשיבות שמקנים מורים לעמדות אלה רבה עד רבה מאוד). הציון הממוצע של מכוונות

לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים) – 4.12, הציון הממוצע של מכוונות ליישומיות המקצוע – 4.15.

ההיבטים החשובים בעיני המורים בתכנית לימודים עתידית (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "חשוב במידה רבה" ו"חשוב במידה רבה מאוד") הם: שתכנית הלימודים תכלול נושאים הקרובים לעולמם של התלמידים (כ-95% מהמורים), ושהתכנית תהיה מעודכנת ותשקף את ההתפתחויות בתחום התקשורת (כ-94% מהמורים).

ההיבטים החשובים פחות בעיני המורים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא חשוב" ו"חשוב במידה מעטה") הם: הרחבת העיסוק בגלובאלי על פני העיסוק בתקשורת/קולנוע ישראלי (כ-24% מהמורים), ובחירת נושאים שיתאימו לשילוב עם מקצועות אחרים בתכנית (כ-10% מהמורים).

לא קיים קשר מובהק סטטיסטית בין משתני הרקע: הוראה בחט"ב, ריכוז המקצוע, מין, ותק, השכלה, לבין מידת החשיבות שמייחסים מורים לעמדות כלפי תכנית לימודים עתידית. מורים המלמדים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ייחסו חשיבות רבה לעמדות המכוונות לנגישות התכנית לתלמידים יותר ממורים שאינם מלמדים את התכנית, ומורים שאינם מלמדים את התכנית ייחסו חשיבות רבה לעמדות המכוונות כלפי ישימות המקצוע יותר ממורים המלמדים אותה.

טבלה 5: לבחון את הרלוונטיות לצפייה בתכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ולהציע דרכים להרחבתה, וכן לצמצום צלפי אפיוני ההצלחה בהוראת תקשורת

שאלה 16: באיזו מידה רלוונטית תכנית הלימודים לתקופתנו ומה ניתן לעשות כדי להעלות רלוונטיות זו?

א. הרלוונטיות של תכנית הלימודים לתקופתנו ($N = 70$) [סעיף ג.13 בשאלון מורים]
 3 (4.3%) מורים ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה מועטה, 7 (10.0%) מורים ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה בינונית, 10 (14.3%) מורים ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה רבה, 6 (8.6%) מורים ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה רבה מאוד. 44 (62.9%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

ב. הצעות מורים בעניין העלאת הרלוונטיות לתקופתנו של תכנית הלימודים ($N = 11$) * [סעיף ג.13 בשאלון מורים]

כ-46% מהמורים ציינו שהתכנית תהפוך לרלוונטית אם שתוכני הלימוד יגעו בתלמידים ובמה שמתרחש בחייהם, ואם ייעשה שימוש בדוגמאות מחיי היומיום ובחומרים נגישים יותר עבורם. כ-36% מהמורים ציינו שכדי להפוך את התכנית לרלוונטית יש להעשיר את הלימוד בנושאים כגון אנימציה, סאטירה ופארודיה, אקטואליה וליצור הקשרים מגוונים.

ג. מהם מאפייני ההצלחה בהוראת התקשורת? [ריאיון קבוצתי]

בתי ספר ומורים הרואים ברכה בהוראת התקשורת נשענים על סביבה בית-ספרית תומכת, פיזית ורגשית, ועל חשיפת התלמידים "ליתרונות הנראים" של המקצוע דרך תלמידי מגמת תקשורת בחט"ע¹⁰. נראה, שמורים מיטיבים לבחור את נושאי הלימוד, את חומרי ההוראה ואת גישת ההוראה באופן שיהיו קרובים לעולמם של התלמידים, וכן יוצרים סביבה אינטגרטיבית ומקבלת העונה במידה הנדרשת לצרכים הרגשיים, החברתיים והאינטלקטואליים של התלמידים. שילוב של פרקים עיוניים ומעשיים, תוך עידוד ביטוי אישי וקבוצתי, מאפשר הנאה יצירתית למורים ולתלמידים כאחד.

מטרה 6: ציפויים מנהלים בחטיבות הביניים שבחרו להכיל או לא להכיל את לימודי התקשורת בבית הספר שהם מנהלים.

שאלה 17: מדוע בחרו מנהלי בתי ספר להכליל או שלא להכליל את לימודי התקשורת בבית ספרם?

א. שיקולי בחירה בהוראת תקשורת ($N = 59$) [סעיף ב.8 בשאלון מנהלים בבתי ספר שבהם לומדים תקשורת]

כ-81% מהמנהלים ציינו שבחרו לכלול את לימודי התקשורת בבית ספרם משיקולי הכרה בחשיבות הנושא המאפשר למידה בינתחומית, כ-61% מהמנהלים ציינו שהכלילו את לימודי התקשורת משיקולי "אני מאמין" בית-ספרי, וכ-32% מהמנהלים ציינו שהכלילו את לימודי התקשורת משיקולי אטרקטיביות הנושא עבור הנרשמים לבית הספר.

ב. שיקולי אי-בחירה בהוראת תקשורת ($N = 10$) [סעיף 1 בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לא לומדים תקשורת]

מנהלים שבחרו לא להכליל את לימודי התקשורת בבית ספרם דיווחו על בעיות תקציב ותקן (7 מנהלים), על קושי באיתור מורה מתאים (5 מנהלים) – בעיה זו בלטה בחינוך הערבי ובחינוך הממלכתי-דתי, ועל חוסר התאמה לאוכלוסיית התלמידים (2 מנהלים מהחינוך הממלכתי-דתי – מנהל אחד התייחס לאוכלוסיית תלמידים חרדית והאחר התייחס לאוכלוסיית תלמידים חלשה). מנהלת אחת ציינה שהוראת התקשורת נעשתה בעבר במסגרת חוגית וכי השנה התלמידים העדיפו

¹⁰ בכל בתי הספר שהגענו אליהם בהמלצת המפמ"ר יש חטיבה עליונה ובה מגמת תקשורת פעילה.

חוג אחר, ומנהלת נוספת ציינה שהנושא נלמד בעבר בנושא שנתי מרכזי, אולם השנה נלמד נושא אחר במקומו.

מטרה ד': לצמוח על היבטים ייחודיים הוראת תקשורת בסוגי חינוך (החינוך הממלכתי, החינוך הממלכתי-דתי והחינוך הערבי).

שאלה 18: מהם ההיבטים הייחודיים בהוראת תקשורת בסוגי החינוך השונים?

א. היבטים ייחודיים בהוראת התקשורת בעיני מורים (N = 10) * [סעיף ז'. בשאלון מורים]
מורים בחינוך הממלכתי ציינו את ההיבטים האלה כייחודיים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי: דגש על דמוקרטיה, עידוד מעורבות של תלמידים, פתיחות ופלורליזם (3 מורים), עידוד וטיפוח של היצירתיות, דגש על אקטואליה, ושילוב של מחשבת ישראל וקולנוע (מורה אחד לכל היבט).

מורים בחינוך הממלכתי-דתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בהוראת התקשורת בחינוך הממלכתי-דתי הם: סינון תכנים מנקודת מבט דתית ועיצוב תכנים דתיים בקולנוע ובטלוויזיה (2 מורים).

מורים בחינוך הערבי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בדרך הוראת תקשורת בחינוך הערבי הם: דמוקרטיה, פתיחות ופלורליזם, תקשורת רב תרבותית העוסקת בקולנוע ישראלי ובקולנוע ערבי, וההתייחסות להשפעת התרבות הישראלית על התרבות הערבית, כפי שהיא משתקפת דרך אמצעי התקשורת (מורה אחד לכל היבט).

ב. היבטים ייחודיים בהוראת התקשורת בעיני מנהלים (N = 24) * [סעיף ה'. בשאלון מנהלים]
בבתי ספר שבהם לומדים תקשורת] מנהלים בחינוך הממלכתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי הם: צריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (6 מנהלים) והוראת תקשורת בהתאמה לערכים של סובלנות, פלורליזם ודמוקרטיה (6 מנהלים).

מנהלים בחינוך הממלכתי-דתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי-דתי הם: צריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (2 מנהלים), והוראת תקשורת בהתאמה לערכים של החברה הדתית לאומית (2 מנהלים).

מנהלים בחינוך הערבי ציינו כי הדברים המייחדים את דרך הוראת התקשורת בחינוך הערבי הם: הקפדה על צניעות ובחירת המתאים והמקובל בחברה הערבית (3 מנהלים), דיונים בנושאים אקטואליים (3 מנהלים), וצריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (2 מנהלים).

ג. **זמינות חומרי למידה בשפה הערבית** ($N = 8$) * [סעיף ז בשאלון מורים].
כ-88% מהמורים המשתייכים למגזר הערבי ציינו כי חסרים חומרי לימוד מתורגמים: הפקות, סרטים וספרי לימוד, או שהתרגום הקיים אינו משביע רצון. כ-63% מהמורים ציינו שחסרים חומרי הדרכה ושהסרטים הקיימים מיושנים.

שאלה 19: האם קיימת סתירה בין הוראת תקשורת לבין סוג החינוך?

א. **סתירה בין הוראת התקשורת לבין סוג החינוך – בעיני מורים** ($N = 11$) * [סעיף ז בשאלון מורים].

מורה מן החינוך הממלכתי השיב כי אין סתירה, אולם חסרה, לתחושתו, "הזדהות ואמונה במקצוע", מורה מן החינוך הממלכתי-דתי ציין כי ההיבט הדתי אינו זוכה להתייחסות בטלוויזיה, מורה מן החינוך הערבי ציין כי כאשר דנים בחופש הביטוי "צץ העניין של הפחד מלהסתבך עם השלטונות", ומורה נוסף מן החינוך הערבי ציין כי "כאשר מלמדים על הטלוויזיה הישראלית אנחנו לא מבינים את משמעות הדברים כי אנחנו מתרבות אחרת".

ב. **סתירה בין הוראת התקשורת לבין סוג החינוך – בעיני מנהלים** ($N = 3$) * [סעיף ה בשאלון מנהלים בבתי ספר בהם לומדים תקשורת].

מנהל אחד מן החינוך הממלכתי ציין שתלמידים מתקשים לקבל פלורליזם חברתי כאשר בביתם מחזיקים בערכים שונים, מנהל אחד מהחינוך הממלכתי-דתי ציין כי כאשר מתעוררות סתירות הוא נועץ עם רב, מנהל אחד מהחינוך הערבי ציין שחלק מהתכניות בטלוויזיה אינן תואמות את התרבות הערבית.

ממצאי המחקר המלאים

1. שאלון למורים¹¹

א. מאפייני המשיבים

במחקר השתתפו 70 מורים: 23 מורים ו-47 מורות.

התפלגות המשיבים לפי סוג פיקוח: 54 (77.1%) מורים לימדו תקשורת בחינוך הממלכתי, 7 מורים (10.0%) לימדו בחינוך הממלכתי-דתי ו-9 מורים (12.9%) מורים לימדו תקשורת בחינוך הערבי.

¹¹ ראו נספח ב, סעיף 1.

התפלגות המשיבים לפי מחוז: 13 (18.6%) מורים לימדו תקשורת במחוז הדרום, 11 (15.7%) לימדו במחוז חיפה, 7 (10.0%) לימדו במחוז ירושלים (כולל מנח"י), 13 (18.5%) לימדו במחוז מרכז (כולל יו"ש), 18 (25.8%) לימדו במחוז צפון, ו-8 (11.4%) מורים לימדו תקשורת במחוז תל אביב.

התפלגות המשיבים לפי דרגת הכיתה בה הם מלמדים: 47 (67.1%) מורים לימדו תקשורת בדרגת כיתה ז', 40 (57.1%) מורים לימדו בדרגת כיתה ח', ו-43 (61.4%) מורים לימדו תקשורת בדרגת כיתה ט'. 12 (17.1%) מורים לימדו רק בכיתה ז', 3 מורים (4.3%) לימדו רק בכיתה ח', 10 (14.3%) לימדו רק בכיתה ט'. 7 (10%) מורים לימדו בכיתות ז' ו-ח', 3 (4.3%) לימדו בכיתות ז' ו-ט', 5 מורים (7.1%) לימדו בכיתות ח' ו-ט', ו-25 (35.8%) מורים לימדו בכיתות ז', ח' ו-ט'. 5 (7.1%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

התפלגות המשיבים לפי הוראה בחט"ע: 44 (62.9%) מורים לימדו תקשורת גם בחט"ע.

התפלגות המשיבים לפי ריכוז המקצוע: 31 (49.2%) מורים ריכזו את לימודי התקשורת בבית הספר בנוסף להוראת המקצוע.

התפלגות המשיבים לפי וותק בהוראת המקצוע: 30 (42.8%) מורים היו בעלי וותק של בין שנה לחמש שנים בהוראת התקשורת, 20 (28.6%) מורים היו בעלי וותק של בין שש לתשע שנים בהוראת המקצוע, 18 (25.7%) מורים היו בעלי וותק של מעל עשר שנים בהוראת התקשורת. 2 (2.9%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

התפלגות המשיבים לפי השכלה: בלוח 1 שלהלן מופיעה התפלגות המאפיינים של השכלת המורים לתקשורת.

לוח 1: השכלת המורים לתקשורת

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	השכלת המורים לתקשורת N תשובות = 78, N עונים = 69
42.0	37.2	29	בוגר בתקשורת מאוניברסיטה או ממכללה
20.3	17.9	14	הכשרה מעשית בתקשורת
15.9	14.1	11	מוסמך בתקשורת מאוניברסיטה או ממכללה
8.7	7.7	6	לימודי הוראת תקשורת
5.8	5.1	4	ב.א. אוניברסיטאי לא בתקשורת (הוזכרו: היסטוריה, חינוך, תולדות האמנות, סוציולוגיה ואנתרופולוגיה).
5.8	5.1	4	לימודים במוסדות אחרים (הוזכרו: המכללה להוראת טכנולוגיה בחינוך העל יסודי, מכללת ויצ"ו, בית הספר לתיאטרון חזותי)
4.3	3.8	3	קורסים שונים בתקשורת
4.3	3.8	3	מ.א. אוניברסיטאי לא בתקשורת (הוזכרו: חינוך יהודי, מדעי המדינה, פיתוח תכניות לימודים)
5.8	5.1	4	"אחר" ללא מידע נוסף

מלוח 1 עולה כי כ-42% מהמורים הם בעלי תואר בוגר בתקשורת מאוניברסיטה או ממכללה, כ-20% מהמורים בעלי הכשרה מעשית בתקשורת, וכ-16% מהמורים בעלי תואר מוסמך בתקשורת מאוניברסיטה או ממכללה.

מוסדות ההכשרה המעשית והמקצועות שנלמדו בהם

להלן מופיעים המוסדות שהמורים רכשו בהם את השכלתם המעשית, ופירוט המקצועות שנלמדו.

לוח 2: מוסדות שבהם הוכשרו המורים להוראה מעשית של מקצועות התקשורת [שאלה פתוחה]

מוסדות שבהם הוכשרו מורים להוראה מעשית של מקצועות התקשורת N תשובות = 14, N עונים = 12	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
אוניברסיטת בר-אילן	3	21.4	25.0
בית ספר לקולנוע "מעלה"	3	21.4	25.0
מכללת אורנים	2	14.3	16.7
בית ספר לעיתונאות	1	7.1	8.3
אוניברסיטת חיפה	1	7.1	8.3
מכללת תל חי	1	7.1	8.3
מת"ב כבלים	1	7.1	8.3
מכללת הגליל המערבי	1	7.1	8.3
מכללת "בן סרוק"	1	7.1	8.3

מקצועות תקשורת שהמורים רכשו בהם השכלה מעשית

מורים רכשו השכלה מעשית בקורסים כלליים בתקשורת (3 מורים), ובקורסים לקולנוע (2 מורים), לרדיו, לעיתונאות, להפקה ושילוב של צילום וקולנוע, לעריכה בימוי והפקה, לעיתונאות ופרסום, ולשילוב של צילום עריכה ווידיאו (מורה אחד לכל אפשרות).

ב. יישום תכנית הלימודים

ב.1. תכנית ההוראה

בתי ספר שונים מלמדים תקשורת לפי מגוון תכניות. בלוח 3 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחות של התכניות השונות.

לוח 3: תכניות הלימוד בתקשורת

תכניות הלימוד בתקשורת N תשובות = 100, N עונים = 70	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
תכנית מעשית שנבנתה על ידי המורה על סמך הכשרתו	30	30.0	42.9
תכנית עיונית שנבנתה על ידי המורה על סמך הכשרתו	29	29.0	41.4
תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"	18	18.0	25.7
תכנית הלימודים "תרבות, חברה, יחיד"	9	9.0	12.9
תכנית עיונית שנבנתה על ידי המורה על סמך הכשרתו ועל סמך התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"	7	7.0	10.0
תכנית "חיצונית" מוגדרת בתחום העיוני	4	4.0	5.7
תכנית "חיצונית" מוגדרת בתחום המעשי	3	3.0	4.3

מלוח 3 עולה כי כ-43% מהמורים מלמדים תכנית מעשית שנבנתה על ידם, כ-41% מהמורים מלמדים תכנית עיונית שנבנתה על ידם, כ-26% מהמורים מלמדים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", וכ-13% מהמורים מלמדים לפי התכנית "תרבות, יחיד, חברה".

44 (62.9%) מהמורים דיווחו על הוראת תכנית אחת, 22 (31.4%) מורים דיווחו על הוראת שתי תכניות, 3 (4.3%) מורים דיווחו על הוראת שלוש תכניות, ומורה אחד (1.4%) דיווח על הוראת ארבע תכניות.

התפלגות תכניות הלימוד בתקשורת לפי דרגת כיתה

מאחר שאותו מורה מלמד בדרך כלל יותר מדרגת כיתה אחת, נערך להלן חישוב כולל שנועד לענות על השאלה כמה שכבות כיתה לומדות בסך הכול את התכניות השונות (אפשר שבכל שכבה תהיה יותר מכיתה אחת, אולם מידע זה לא בא לידי ביטוי בשאלון).

לוח 4: התפלגות תכניות הלימוד בתקשורת לפי דרגת הכיתה (באחוזים, מעוגל)

התפלגות תכניות הלימוד בתקשורת לפי דרגת כיתה	כיתה ז' N = 65		כיתה ח N = 59		כיתה ט N = 56		סה"כ לתכנית N = 180	
	%	N	%	N	%	N	%	N
תכנית עיונית שנבנתה על ידי המורה על סמך הכשרתו	23	35.4	23	39.0	23	41.1	69	38.3
תכנית מעשית שנבנתה על ידי המורה על סמך הכשרתו	21	32.3	17	28.8	22	39.3	60	33.3
תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" (כולל תכנית עיונית שנבנתה על סמך "חינוך לצפייה")	13	20.0	9	15.3	8	14.3	30	16.7
תכנית הלימודים "תרבות, חברה, יחיד"	6	9.2	7	11.9	3	5.4	16	8.9
תכנית "חיצונית" מוגדרת בתחום העיוני	4	6.2	3	5.1	2	3.6	9	5.0
תכנית "חיצונית" מוגדרת בתחום המעשי	2	3.1	2	3.4	2	3.6	6	3.3

מלוח 4 עולה כי את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" לומדים כ-20% מתלמידי כיתה ז', כ-15% מתלמידי כיתה ח', וכ-14% מתלמידי כיתה ט'.

הוראה לפי תכנית חיצונית

שבעה מורים דיווחו כי הם מלמדים תכנית שחברה על ידי גופים חיצוניים: שני מורים מלמדים לפי התכנית "אופקים חדשים", מורה אחד מלמד לפי התכנית "הכל מדיה" של קרן קרב, מורה נוסף מלמד את התכנית של קרן קרב, ללא ציון שם ספציפי (שילוב עיוני ומעשי), מורה אחר מלמד לפי תכניתו של יוסי בר דוד, השייכת לתחום החינוך הטכנולוגי, ושני מורים לא ציינו את שמה של התכנית שהם מלמדים לפיה.

ב.2. מרכיבים ומאפיינים של הוראת תקשורת שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"

מורים שציינו כי הם מלמדים תכנית השונה מתכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", נתבקשו לתאר את מרכיביה ומאפייניה של התכנית שהם מלמדים. בלוח 5 שלהלן מופיעה התפלגות שכיחות התשובות.

לוח 5: מרכיבים ומאפיינים של הוראת התקשורת שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" [שאלה פתוחה]

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	מרכיבים ומאפיינים של הוראת התקשורת שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" $N=141$, $N=46$ עונים
63.0			נושאים ומושגים בתקשורת וקולנוע
26.1	8.5	12	מושגי קולנוע וטלוויזיה: שפה קולנועית/מדיה/מושגים כללים בתקשורת
23.9	7.8	11	תקשורת המונים, אמצעי התקשורת (כללי)
17.4	5.7	8	תכנים קולנועיים (ניתוח סרטים): סטריאוטיפים/הומור/מדרש תמונה
4.3	1.4	2	תיאוריות ומודלים בתקשורת
4.3	1.4	2	אלימות בטלוויזיה ובקולנוע
2.2	0.7	1	מחשבת ישראל בשילוב עם קולנוע
2.2	0.7	1	מדע קולנועי
2.2	0.7	1	תקשורת ותעשייה (כחלק מלימודי מדע וטכנולוגיה)
2.2	0.7	1	תקשורת בלתי מילולית
2.2	0.7	1	תקשורת בין תרבותית
2.2	0.7	1	תקשורת בין חיות
2.2	0.7	1	היסטוריה של התפתחות אמצעי התקשורת
2.2	0.7	1	תקשורת בתרבויות זרות
2.2	0.7	1	תקשורת ותעשייה (כחלק מלימודי מדע וטכנולוגיה)
2.2	0.7	1	תקשורת בינאישית
50.0			היבטים מעשיים
21.7	7.0	10	קולנוע: כתיבת תסריט, משחק מול מצלמה/בימוי סרטים/הפקת סרטים/מניפולציות, פסקול ואפקטים
21.7	7.0	10	צילום: יסודות הצילום/זוויות צילום/בניית frame/סטילס/מצלמות/חוקים ורעיונות בצילום/תאורה
15.2	4.9	7	טלוויזיה/וידאו: ראיונות, הפקת וידאו קליפ, עריכת כתבה או סרט, תחקיר, הפקת תשדיר מניעה בשיתוף הוועד למלחמה באיידס

לוח 5 (המשך)

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	מרכיבים ומאפיינים של הוראת התקשורת שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" N תשובות = 141, N עונים = 46
13.0	4.2	6	לימוד משולב עיוני-מעשי: ניסיון ליצור תהליך חשיבה מתפתח ולהבין את המדיה תוך ניתוח וביצוע מעשי
2.2	0.7	1	סדנאות רדיו
39.1			צפייה מושכלת
28.3	9.2	13	צפייה ביקורתית: עמידה מול השפעת אמצעי התקשורת/מסרים גלויים וסמויים/ התלמידים כצרכני מדיה
8.7	2.8	4	אובייקטיביות מול סובייקטיביות: הבנה שתוצרי התקשורת אינם בהכרח אמת/אין אמת אחת/אובייקטיביות מול סובייקטיביות בחדשות ובסרטי תעודה
6.5	2.1	3	צפייה מודרכת בסרטים בטלוויזיה (כללי)
2.2	0.7	1	פיתוח יכולות שיפוט ערכיות ואומנותיות באמצעות צפייה בסרטים
34.8			ז'אנרים
17.4	5.7	8	היכרות עם ז'אנרים/ הגדרת ז'אנר/ז'אנרים בקולנוע
15.2	5.0	7	עיתונות
15.2	5.0	7	פרסום: שפה, סמלים, תבניות
6.5	2.1	3	אקטואליה
2.2	0.7	1	ז'אנר הבלש
2.2	0.7	1	סרטי תעודה
2.2	0.7	1	תכניות אירוח
2.2	0.7	1	תקשורת באינטרנט
23.9			תקשורת בהיבט חברתי-חינוכי
6.5	2.1	3	אמצעי התקשורת כמעצבי תרבות
2.2	0.7	1	התקשורת וחופש הביטוי
2.2	0.7	1	תולדות הקולנוע בהקשרים החברתי, הכלכלי והפוליטי
2.2	0.7	1	מפת התקשורת בישראל
2.2	0.7	1	לימודי רדיו כחלק ממערך טיפולי לתלמידי חינוך מיוחד
4.3			חקירת תהליכי יצירה
2.2	0.7	1	פרקים בהבנת תהליכי יצירה
2.2	0.7	1	מיקום היוצר בתוך היצירה המעשית

מלוח 5 עולה כי על-פי המורים, אלה הם המאפיינים של הוראה שלא לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע": נושאים ומושגים בתקשורת וקולנוע (כ-63% מהמורים), היבטים מעשיים

(כ-50% מהמורים), צפייה מושכלת (כ-39% מהמורים), ז'אנרים (כ-35% מהמורים), תקשורת בהיבט חברתי-חינוכי (כ-24% מהמורים), וחקירת תהליכי יצירה (כ-4% מהמורים).

ב.3. הסברים לאי הוראת התכנית

מורים שציינו כי הם מלמדים תכנית אחרת, הסבירו את הסיבות לכך כמפורט בלוח 6 שלהלן (הלוח כולל גם הסברים של שבעה מורים שציינו כי הם משתמשים בתכנית לאחר ששינו אותה בהתאם לצורכיהם).

לוח 6: הסברים לאי הוראת התכנית [שאלה פתוחה]

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	הסברים לאי הוראת התכנית N תשובות = 57, N עונים = 46
45.7			אי-התאמת הוראת התקשורת לצרכים, להעדפות ולאיכוים שונים
19.6	15.8	9	התכנית שנלמדת נבנתה בהתאם לצרכים הייחודיים של התלמידים/בהתאם לציפיות התלמידים/בהתאם לרמת התלמידים
10.9	8.8	5	מלמדים לפי תכנית של קרן קרב (חוג העשרה)/לפי תכנית לימודים אחרת
10.9	8.8	5	לא מתאים ל"אני מאמין" של המורה/התכנית שהוכנה על ידי המורה תואמת למטרות ההוראה הכלליות/העדפה לעסוק בנושאים אחרים (למשל עיתונות ופרסום) על פני עיסוק בנושאים שמציעה התכנית
32.6			ביקורת על התכנית
17.4	14.0	8	רצון לשילוב ממד מעשי/התכנית תיאורטית מאוד - ילדים אוהבים לעשות/תכנית מעשית יותר תורמת לתהליך הלמידה הפנימי
10.9	8.8	5	התכנית מיושנת/שבלונית/כללית מדי/לא מספיק אטרקטיבית, התכנית דורשת הרחבה משמעותית
4.3	3.5	2	התכנית מתאימה לכיתות נמוכות יותר, חלק מהתכנים הועברו כבר על ידי מורי בית הספר היסודי
2.2	1.8	1	התכנית בלתי ניתנת להבנה/אינה תומכת בהוראה/קשה להסיק ממנה מה יש ללמד, מתי ולמה
2.2	1.8	1	תכנים שחוזרים על עצמם בנושא טלוויזיה
26.1			חוסר היכרות עם התכנית
26.1	21.1	12	חוסר מודעות לקיומה של התכנית/התכנית אינה ברשותי
2.2	1.8	1	לא השתתפתי בהשתלמות בנושא התכנית
8.7			היבטים טכניים וארגוניים
8.7	7.0	4	אין מספיק שעות הוראה
4.3	3.5	2	אין מספיק ציוד
2.2	1.8	1	נושא התקשורת משולב בבית הספר עם נושא המדעים
2.2	1.8	1	מלמדים תכנית המכינה לבחירה במגמת קולנוע ותקשורת בחטי"ע

מלוח 6 עולה כי מורים אינם מלמדים לפי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" מסיבות אלה: אי-התאמת הוראת התקשורת לצרכים, להעדפות ולאימוץ שונים (כ-46% מהמורים), ביקורת על התכנית (כ-33% מהמורים), אי-הכרת התכנית (כ-26% מהמורים), והיבטים טכניים וארגוניים (כ-9% מהמורים).

ג. חוות דעת על תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"

ג.1. היכרות עם תכנית הלימודים

14 (20.0%) מורים ציינו כי אינם מכירים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", 9 (12.9%) מורים ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים במידה מעטה, 16 (22.9%) מורים ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים במידה בינונית, 15 (21.4%) ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים במידה רבה, 11 (15.7%) מורים ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" במידה רבה מאוד. 5 (7.1%) מורים לא השיבו על שאלה זו (מורים אלה לא ענו על החלק בשאלון המבקש חוות דעת על התכנית, ולפיכך ייתכן שהתכנית אינה מוכרת להם באופן משמעותי).

ג.2. ותק בהוראת התכנית (כולל שנה נוכחית)

2 (2.9%) מורים מלמדים זו השנה הראשונה את התכנית, 12 (17.1%) מורים מלמדים את התכנית בין שנתיים לחמש שנים, 8 (11.4%) מורים מלמדים את התכנית בין תשע לעשר שנים. 48 (68.6%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

ג.3. נושאי ההוראה

תכנית הלימודים בתקשורת כוללת עשרה נושאי לימוד. בלוח 7 שלהלן מופיעה התפלגות הדיווח לגבי הנושאים שהמורים מלמדים¹².

לוח 7: שכיחות הוראת נושאי הלימוד (באחוזים, מעוגל)

שכיחות הוראת נושאי הלימוד	% ממלמדי התכנית	% מכלל המורים	N
פרסומות בטלוויזיה ובקולנוע	84.0	30.0	21
אקטואליה וחדשות בטלוויזיה	76.0	27.1	19
בדיון בטלוויזיה	56.0	20.0	14
תעודה בטלוויזיה	52.0	18.6	13
פעילות מעשית	48.0	17.1	12
בדיון בקולנוע	44.0	15.7	11
תכניות מיוחדות בטלוויזיה	44.0	15.7	11
מוסיקה בטלוויזיה ובקולנוע	28.0	10.0	7
תעודה בקולנוע	24.0	8.6	6
ספורט בטלוויזיה ובקולנוע	20.0	7.1	5

¹² באופן מלא או כחלק מתכנית עיונית עצמאית שנבנתה על בסיס התכנית.

מלוח 7 עולה כי נושאי ההוראה השכיחים ביותר הם: פרסומת בטלוויזיה ובקולנוע (כ-84% מהמורים המלמדים את התכנית) ואקטואליה וחדשות בטלוויזיה (כ-76% מהמורים המלמדים את התכנית). נושא ההוראה הפחות שכיח הוא ספורט בטלוויזיה ובקולנוע (כ-20% מהמורים המלמדים את התכנית).

ג.4. שיקולים בבחירת נושאי הלימוד

מורים נשאלו לשיקוליהם בבחירת נושאי הלימוד שלעיל. התשובות משקפות שיקולי דעת כוללים (כלומר, ללא מיון לנושאי הבחירה עצמם). בלוח 8 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחות של שיקולי הדעת בבחירת נושאי הלימוד.

לוח 8: שיקולים בבחירת נושאי הלימוד [שאלה פתוחה]

שיקולים בבחירת נושאי הלימוד $N = 32$, $N = 20$ עונים =	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
נגישות לתלמידים			60.0
נושאים הקרובים לעולמם של התלמידים/נושאים המעניינים את התלמידים/נושאים התורמים להעשרת התלמידים	8	25.0	40.0
נושאים המתאימים ליכולות ולגילים של התלמידים	6	18.8	30.0
נושאים רלוונטיים לחיי היום יום/נושאים עדכניים/נושאים המסייעים לתלמידים בהתמודדות עם שאלות אקטואליות	4	12.5	20.0
נושאים המאפשרים חשיפה משמעותית של התלמידים לסביבתם/ יצירת מודעות אצל תלמידי חטיבות הביניים לצפייה בחדשות	3	9.4	15.0
נגישות למורים			25.0
מידת השליטה של מורים בחומר	3	9.4	15.0
מצאי של טקסטים מילוליים/ויזואליים	3	9.4	15.0
מקדמי-צריכה מושכלת של תקשורת			15.0
נושאים המדגימים צריכה נבונה של תכנים/מקנים כלים לאבחנה בין מציאות לדמיון/מפתחים ביקורתיות	2	6.3	10.0
נושאים החושפים את ה"סמוי" שבתקשורת	1	3.1	5.0
בעלי ממד מעשי			10.0
נושאים שמאפשרים עבודה מעשית	1	3.1	5.0
הימצאות ציוד מתאים בבית הספר	1	3.1	5.0

מלוח 8 עולה כי השיקולים בבחירת נושאי הלימוד היו: נגישותם של הנושאים לתלמידים (כ-60% מהמורים), היותם עכשוויים, רלוונטיים ואקטואליים (כ-30% מהמורים), נגישותם של הנושאים למורים (כ-25% מהמורים), היותם מקדמי-צריכה מושכלת של תקשורת (כ-15% מהמורים), והיותם בעלי ממד מעשי (כ-10% מהמורים).

ג.5. נושאי הוראה מועדפים

המורים נתבקשו לציין מהם הנושאים שלהם הקדישו או מתכננים להקדיש תשומת לב רבה במיוחד. אף שהמורים נתבקשו להתייחס בתשובתם אל נושאי ההוראה הנכללים בתכנית, בחרו

חלקם להתייחס גם לנושאים אחרים (ובכך שיקפו את תמונת ההוראה המלאה). בלוח 9 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחות של נושאי הוראה אלה.

לוח 9: נושאי ההוראה המועדפים [שאלה פתוחה]

נושאי הוראה מועדפים N תשובות = 55, N עונים = 22	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
ז'אנרים			63.6
פרסומות	10	18.2	45.5
אקטואליה (כללי)	10	18.2	45.5
חדשות בטלוויזיה	6	10.9	27.3
תכניות מציאות ("ריאליטי")	1	1.8	4.5
רדיו	1	1.8	4.5
עיתונות כתובה	1	1.8	4.5
מוסיקה בטלוויזיה ובקולנוע	1	1.8	4.5
סאטירה כז'אנר טלוויזיוני	1	1.8	4.5
מושגים ונושאים בתקשורת וקולנוע			36.4
מציאות ודמיון	3	5.5	13.6
מושגי יסוד, סוגי תקשורת וז'אנרים	2	3.6	9.1
דמות הגיבור	1	1.8	4.5
שפת הקולנוע	1	1.8	4.5
זכויות האדם וחופש הביטוי בתקשורת דמוקרטית	1	1.8	4.5
אלימות בחברה בראי התקשורת	1	1.8	4.5
היבטים מעשיים			27.3
התנסות מעשית בתקשורת (שילוב ז'אנרים), תסריט, צילום, עריכה	5	9.1	22.7
הפקת סרטים, הפקות אולפן	4	7.3	18.2
צפייה מושכלת			22.7
השפעת אמצעי התקשורת על קהל היעד	3	5.5	13.6
איזון בין עמדות המוצגות בתקשורת	1	1.8	4.5
צפייה ביקורתית בפרסומות	1	1.8	4.5
הרגלי צפייה	1	1.8	4.5

מלוח 9 עולה כי נושאי ההוראה המועדפים על-ידי מורים הם: סוגות (כ-64% מהמורים), מושגים ונושאים בתקשורת ובקולנוע (כ-36% מהמורים), היבטים מעשיים (כ-27% מהמורים), וצפייה מושכלת (כ-23% מהמורים).

ג.6. סיבות להימנעות מהוראה של נושאי לימוד מתוך התכנית

בלוח 10 שלהלן מפורטות הסיבות לכך שמורים נמנעו מהוראת נושאי לימוד ספציפיים.

לוח 10: סיבות להימנעות מהוראה של נושאי לימוד מתוך התכנית [שאלה פתוחה]

סיבות להימנעות מהוראה של נושאי לימוד מתוך התכנית	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים	N תשובות = 28, N עונים = 23
סיבות הנוגעות למורים ולאילוצים טכניים וארגוניים		56.5	
חוסר זמן	8	26.7	34.8
העדר שליטה מספקת בחומר/חוסר ידע אישי, בניית הנושא אינה לטעמי	4	14.3	17.4
העדר ציוד מתאים	2	7.1	8.7
סיבות הנוגעות לתלמידים		39.1	
תלמידים לא מגלים עניין בנושא, כיתות הטרוגניות (בנים-בנות, תחומי עניין)	5	17.9	21.7
נושאים שלא מתאימים לרמת התלמידים	2	7.1	8.7
נושאים שלא מתאימים לגילי התלמידים	2	7.1	8.7
נושאים שממילא נגישים לתלמידים	1	3.6	4.3
סיבות הנוגעות לתכנית		17.4	
נושאים שלא נלמדים הם נושאים מיושנים	2	6.7	8.7
החשיפה לנושאים אלה אינה חשובה, משום שהנושא נלמד כהעשרה – על התכנים להיות משמעותיים ומהנים	1	3.6	4.3
נושאים שאין עבורם חומרי למידה	1	3.6	4.3

מלוח 10 עולה כי הסיבות להימנעות מהוראה של נושאי לימוד מתוך התכנית הן: סיבות הנוגעות למורים ולאילוצים טכניים וארגוניים (כ-57% מהמורים), סיבות הנוגעות לתלמידים (כ-39% מהמורים), וסיבות הנוגעות לתכנית (כ-17% מהמורים).

7.ג. יתרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"

בלוח 11 שלהלן מופיעה ההתפלגות של יתרונות תכנית הלימודים בעיני מורים.

לוח 11: יתרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" [שאלה פתוחה]

יתרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים	N תשובות = 43, N עונים = 21
מאפיינים תוכניים		66.7	
התכנית מעניינת	11	25.6	52.4
התכנית רלוונטית/כוללת נושאים אקטואליים	8	18.6	38.1
התכנית בעלת ממד ערכי	6	14.0	28.6
התכנית קרובה לעולמם של התלמידים	3	7.0	14.3
התכנית יצירתית	1	2.3	4.8
התכנית נוחה ליישום, ידידותית	1	2.3	4.8

לוח 11 (המשך)

יתרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"			
אחוז מתוך העונים	אחוז התשובות	שכיחות	N תשובות = 43, N עונים = 21
28.6			תוצרים שהתכנית מאפשרת
9.5	4.7	2	תורמת להתערות התלמידים בחברה/חשובה לחיי היום יום, יוצרת מודעות לתחום התקשורת
9.5	4.7	2	מעלה שאלות שיש בהן אתגר מחשבתי
4.8	2.3	1	נותנת לגיטימציה רשמית להוראת תחום התקשורת
4.8	2.3	1	תורמת לחינוך הערכי
28.6			מאפיינים מבניים
14.3	7.0	3	מבנה הגיוני/קוהרנטי/ממוקד
9.5	4.7	2	התכנית מאפשרת חופש בחירה רחב/גמישות
4.8	2.3	1	התכנית כתובה בתמציתיות
4.8	2.3	1	בתכנית יש שילוב מתאים של סרטים וקלטות

מלוח 11 עולה כי יתרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", לדעת מורים, הם: מאפיינים תוכניים (כ-67% מהמורים), השכיח היה העניין שמעוררת התכנית (כ-52% מהמורים); תוצרים שהתכנית מאפשרת (כ-29% מהמורים), השכיח היה תרומת התכנית להתערות התלמידים בחברה וליצירת מודעות לתחום התקשורת; ומאפיינים מבניים (כ-29% מהמורים), השכיח היה מבנה הגיוני/קוהרנטי/ממוקד של התכנית (כ-14% מהמורים).

8.ג. חסרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"¹³

בלוח 12 שלהלן מופיעה התפלגות החסרונות של תכנית הלימודים בעיני מורים.

לוח 12: חסרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" [שאלה פתוחה]

חסרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"			
אחוז מתוך העונים	אחוז התשובות	שכיחות	N תשובות = 18, N עונים = 14
78.6			מאפיינים תוכניים ומבניים
14.3	11.1	2	התכנית איננה בהירה ומובנת די הצורך
14.3	11.1	2	אין פיתוח והרחבה של הנושאים (הוזכרו: המגזר הדתי בטלוויזיה ובקולנוע ונושאים הקשורים למגזר הערבי)
14.3	11.1	2	התכנית אינה ישימה די הצורך
14.3	11.1	2	אין התאמה בין התכנית לשידורי הטלוויזיה
7.1	5.6	1	בעייתיות בתרגום מושגים מעברית לערבית, חסרים מקורות בשפה הערבית

¹³ בשל החזרה על תכנים, שולב סעיף זה בשאלה לגבי הקשיים ביישום התכנית.

לוח 12 (המשך)

אחוז מתוך העונים	אחוז התשובות	שכיחות	חסרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" N תשובות = 18, N עונים = 14
7.1	5.6	1	התכנית דידקטית מדי
7.1	5.6	1	חסרים בתכנית עדכונים וחידושים
7.1	5.6	1	אין יכולת לממש את התכנית בבית ספר שאין בו ציוד
7.1	5.6	1	חסר בתכנית מסר קבוע
7.1	5.6	1	נושאים רבים נושקים לתכנים בלימודי האזרחות, החומר לא ייחודי מספיק
28.6			נגישות לתלמידים
28.6	22.2	4	התכנית לא קשורה לחיי היום יום של התלמידים, לא רלוונטית לתלמידים, יש תכנים יותר רלוונטיים שמתעסקים בהם (אקטואליה, פן יישומי, רמת הבגרות הנפשית של הילדים אינה מאפשרת להגיע להישגים הנדרשים

מלוח 12 עולה כי חסרונות התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", לדעת מורים, נוגעים למאפיינים תוכניים ומבניים (כ-79% מהמורים): בעיקר חוסר בהירות, צורך בפיתוח נושאי רחב יותר וחוסר ישימות של התכנית, וחסרונות הנוגעים לנגישות נמוכה לתלמידים (כ-29% מהמורים): חוסר רלוונטיות ואי התאמה לרמת התלמידים.

ג.9. הצעות לשינויים בתכנית

מורים נתבקשו להציע שינויים בתכנית הלימודים המפורטים בלוח 13 שלהלן.

לוח 13: הצעות לשינויים בתכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" [שאלה פתוחה]

אחוז מתוך העונים	אחוז התשובות	שכיחות	הצעות לשינויים בתכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" N תשובות = 16, N עונים = 12
66.7			תוספות
41.7	31.3	5	התייחסות לז'אנרים שהתלמידים צופים בהם/דיון בתכניות לא קונפורמיות חברתית/הוספת נושאים שמתאימים למגזר הערבי (תכניות טלוויזיה וכו'), וידיאו קליפים/קריקטורות
25.0	18.8	3	עיסוק בנושאים עדכניים
8.3	6.3	1	ללמוד יותר על הקשר שבין אמצעי התקשורת למוסדות הממשלה
8.3	6.3	1	להוסיף התנסות בתהליך של הפקת עיתון
8.3	6.3	1	להוסיף הפעלה ובנייה של תחנת רדיו בית-ספרית
16.7			צמצום
8.3	6.3	1	ספורט
8.3	6.3	1	פוליטיקה
8.3	6.3	1	סרטי תעודה
16.7			אחר
8.3	6.3	1	להחליף את אופן ארגון התכנים
8.3	6.3	1	לשנות את פרק הפרסום

מלוח 13 עולה כי ההצעות לשינויים בתכנית קשורות לתוספות לתכנית הלימודים (כ-67% מהמורים), השכיחה הייתה התייחסות לתכנים: ז'אנרים שהתלמידים צופים בהם/שילוב דיון בתכניות לא קונפורמיות חברתית/הוספת נושאים שמתאימים למגזר הערבי (תכניות טלוויזיה וכו'), וידיאו קליפים/קריקטורות (כ-58% מהמורים), והצעות הקשורות לצמצום בתכנית הלימודים (כ-17% מהמורים) בתחומי הספורט, הפוליטיקה וסרטי התעודה.

ג. 10. הוראת תקשורת בשילוב עם מקצועות אחרים

15 (21%) מורים מלמדים תקשורת בשילוב עם מקצועות נוספים, 15 (21%) מורים לא מלמדים תקשורת בשילוב עם מקצועות נוספים. 40 (58%) מורים לא השיבו על שאלה זו. בלוח 14 שלהלן מופיעה התפלגות המקצועות הנלמדים במשולב עם מקצוע התקשורת.

לוח 14: הוראת תקשורת עם מקצועות אחרים

הוראת תקשורת עם מקצועות אחרים N תשובות = 31, N עונים = 14	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
היסטוריה	7	22.6	50.0
אקטואליה	7	22.6	50.0
אמנות/דרמה	7	22.6	50.0
אזרחות	6	19.4	42.9
ספרות	3	9.7	21.4
ביולוגיה	1	3.2	7.1

מלוח 14 עולה כי המקצועות העיקריים המשולבים עם הוראת התקשורת הם היסטוריה, אקטואליה ואמנות/דרמה (50% מהמורים).

ג. 11. דעות תלמידים על התכנית (לפי דיווחי המורים)

בלוח 15 שלהלן מתוארות תגובות התלמידים (בעיני המורים) לתכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע".

לוח 15: דעות תלמידים על התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" [שאלה פתוחה]

דעות תלמידים על התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
N תשובות = 42, N עונים = 30			
התייחסות חיובית			86.7
התלמידים מגלים עניין/התלהבות/התלמידים נהנים/ מתחברים לנושא/מעורבים	24	57.1	80.0
יש עשייה יצירתית/הלימודים חווייתיים	3	7.1	10.0
רוב התלמידים מעוניינים להשתלב בתחום בעתיד	3	7.1	10.0

לוח 15 (המשך)

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	דעות תלמידים על התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" N תשובות = 42, N עונים = 30
3.3	2.4	1	מגמת התקשורת נחשבת ליוקרתית
3.3	2.4	1	תלמידי המגמה נהנים מהחשיפה לתחום
3.3	2.4	1	התלמידים מפתחים מודעות לרמת הנוכחות של התקשורת בחיינו
30.0			התייחסות ביקורתית
16.7	11.9	5	התלמידים מעדיפים פחות חומר עיוני ויותר חומר מעשי
13.3	9.5	4	המקצוע נתפס כחוג ולכן לא מתייחסים אליו ברצינות/התלמידים ביקורתיים כלפי התכנית

כ-87% מהמורים ציינו כי התלמידים מגלים יחס חיובי כלפי התכנית, השכיח היה גילוי עניין/התלהבות/הנאה/מעורבות (כ-80% מהמורים). כ-30% מהמורים ציינו כי התלמידים מגלים יחס ביקורתי כלפי התכנית, השכיח היה טענה נגד העיסוק הנרחב בחלק העיוני על חשבון לימוד מעשי (כ-17% מהמורים).

ג.12. התנסות בפעילות מעשית בתקשורת

מורים שציינו כי הם מלמדים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" נשאלו באיזו מידה התנסו תלמידיהם בפעילות מעשית בתקשורת. 6 (8.6%) מורים ציינו שתלמידיהם לא התנסו, או התנסו במידה מעטה בפעילות מעשית בתקשורת, 6 (8.6%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה בינונית, 9 (12.9%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה רבה, ו-10 (14.3%) מורים ציינו שתלמידיהם התנסו בפעילות מעשית בתקשורת במידה רבה מאוד. 39 (55.6%) מורים לא השיבו על השאלה.

בלוח 16 שלהלן מפורטים סוגי הפעילות המעשית בתקשורת.

לוח 16: סוגי הפעילות המעשית

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	סוגי הפעילות המעשית N תשובות = 71, N עונים = 30
70.0	29.6	21	צילום סרטים (כולל וידאו): סרטי גמר, סרטי-דיוקן אישי
63.3	26.8	19	תיעוד אירועים בבית הספר, שיווק בית הספר בקרב תלמידים פוטנציאליים והוריהם
50.0	21.1	15	עיתון בית-ספרי
40.0	16.9	12	פרויקטים מיוחדים (הוזכרו כרזות נגד שימוש באלכוהול/תאונות דרכים, פרויקט גלויה ת"א, מגזין קהילתי)
13.3	5.6	4	רדיו בית-ספרי, הקלטת גינגלים ברדיו לפרסומת

מלוח 16 עולה כי הפעילות המעשית של התלמידים כללה צילום סרטים (כ-70% מהמורים), תיעוד אירועים בבית הספר וסיוע בשיווק בית הספר (כ-61% מהמורים), הפקת עיתון בית-ספרי (כ-63% מהמורים), והשתתפות בפרויקטים מיוחדים בתחום התקשורת (כ-40% מהמורים).

ג.13. הרלוונטיות של תכנית הלימודים לתקופתנו

3 מורים (4.3%) ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה מועטה, 7 מורים (10.0%) ציינו כי תכנית הלימודים רלוונטית לזמננו במידה בינונית, 10 מורים (14.3%) ציינו כי תכנית הלימודים רלוונטית לזמננו במידה רבה, 6 מורים (8.6%) ציינו כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לזמננו במידה רבה מאוד. 44 מורים (62.9%) לא השיבו על שאלה זו.

הצעות מורים בנוגע להעלאת הרלוונטיות של תכנית הלימודים לתקופתנו

מורים, שלדעתם תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" אינה רלוונטית לתקופתנו, נתבקשו להציע דרכים להפיכתה לרלוונטית יותר. בלוח 17 שלהלן מופיעות הצעות המורים בנושא זה.

לוח 17: העלאת הרלוונטיות של תכנית הלימודים לתקופתנו [שאלה פתוחה]

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	העלאת הרלוונטיות של תכנית הלימודים לתקופתנו $N = 12$, עונים = 11
45.5	41.7	5	לדאוג לכך שהתכנים יגעו בתלמידים ובמה שמתרחש בחייהם/להשתמש בדוגמאות מחיי היומיום/להשתמש בחומרים נגישים יותר לתלמידים
36.4	33.3	4	להוסיף נושאים (הוזכרו: אנימציה, נושא ופרודיה, אקטואליה) לקשור את הנושאים למציאות ולתרבויות שונות
18.2	16.7	2	כתיבת תכנית לימודים "ידידותית למשתמש"
9.1	8.3	1	חלוקת התכנית לפי מגזרים

מלוח 17 עולה כי כ-46% מהמורים סבורים שהתכנית תהפוך לרלוונטית אם התכנים יגעו בתלמידים ובמה שמתרחש בחייהם, ואם ייעשה שימוש בדוגמאות מחיי היומיום ובחומרים נגישים יותר עבורם. כ-36% מהמורים סבורים שכדי להפוך את התכנית לרלוונטית יש להעשיר את הלימוד בנושאים כגון אנימציה, סאטירה, פרודיה ואקטואליה, וליצור הקשרים מגוונים ללימוד.

ג.14. תרומת פרקי התכנית לגיבוש וליישום תכנית ההוראה

המורים נתבקשו להעריך את המידה שבה סייעו להם הפרקים השונים של התכנית לגיבוש וליישום תכנית ההוראה בכיתתם. בלוח 18 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחויות של תרומה זו לפי פרקי התכנית.

לוח 18: תרומת פרקי התכנית לגיבוש וליישום תכנית ההוראה (באחוזים), ממוצעים וסטיית תקן

ס"ת	ממוצע	N	4+5	1+2	סייע במידה רבה מאוד 5	סייע במידה רבה 4	סייע במידה בינונית 3	סייע במידה מעטה 2	לא סייע כלל 1	תרומת התכנית לגיבוש וליישום תכנית ההוראה
0.89	3.32	19	36.8	15.8	10.5	26.3	47.4	15.8	-	מבוא לחינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע
1.12	3.38	21	52.4	23.8	14.3	38.1	23.8	19.0	4.8	מטרות ועקרונות התכנית
0.83	3.06	17	23.5	23.5	5.9	17.6	53.0	23.5	-	המלצות לדרכי הוראה וחומרי לימוד
0.82	3.68	19	57.9	5.3	15.8	42.1	36.8	5.3	-	בדיון בטלוויזיה
0.83	3.28	18	38.9	16.7	5.6	33.3	44.4	16.7	-	בדיון בקולנוע
0.93	3.12	17	35.3	29.4	5.9	29.4	35.3	29.4	-	תעודה בטלוויזיה
1.11	2.65	17	17.6	41.2	5.9	11.8	41.2	23.5	17.6	תעודה בקולנוע
0.89	3.95	20	80.0	10.0	25.0	55.0	10.0	10.0	-	אקטואליה וחדשות בטלוויזיה
1.12	3.06	16	37.5	25.0	6.3	31.3	37.4	12.5	12.5	ספורט בטלוויזיה ובקולנוע
1.07	3.28	18	44.4	22.2	11.1	33.3	33.3	16.7	5.6	מוסיקה בטלוויזיה ובקולנוע
0.78	4.39	18	83.3	-	55.5	27.8	16.7	-	-	פרסומות בטלוויזיה ובקולנוע
1.27	3.35	17	47.1	29.4	23.5	23.5	23.6	23.5	5.9	תכניות מיוחדות בטלוויזיה
1.32	2.89	18	38.8	44.4	11.1	27.7	16.7	27.8	16.7	פעילות מעשית
0.93	3.65	17	58.8	11.8	17.6	41.2	29.4	11.8	-	החוברת בכללותה

מלוח 18 עולה כי תרומת החוברת בכללותה להוראת התכנית היא בינונית עד רבה (ממוצע 3.65 מתוך 5). בכלל המדגם הוערכו הפרקים פרסומות ברדיו ובטלוויזיה ואקטואליה וחדשות בטלוויזיה – כתורמים להוראה יותר מפרקים אחרים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "סייע במידה רבה" ו"סייע במידה רבה מאוד"), והפרקים פעילות מעשית ותעודה בקולנוע הוערכו כתורמים פחות מאחרים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "לא סייע כלל" ו"סייע במידה מעטה").

15.ג. הצעות להרחבה של פרקי התכנית

בלוח 19 שלהלן מופיעות המלצות המורים לגבי הרחבת פרקי התכנית.

לוח 19: המלצות מורים לגבי הרחבת פרקי התכנית

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	המלצות מורים לגבי פרקי התכנית N תשובות = 39, N עונים = 20
70.0	35.9	14	פירוט לפי נושאים
65.0	33.3	13	פרק ההמלצות לדרכי הוראה ולחומרי לימוד
40.0	20.5	8	פרק המבוא
20.0	10.3	4	פרק המטרות ועקרונות התכנית

מלוח 19 עולה כי מורים ממליצים להרחיב בעיקר את הפרקים הנושאים ואת הפרקים העוסקים בהמלצות באשר לדרכי הוראה ולחומרי לימוד (70%-ו-65% מהמורים בהתאמה).

ד. מטרות הוראת תקשורת

בפני המורים הוצגו מטרות הוראת תקשורת, כפי שנוסחו על בסיס מטרות התכנית הרשמיות ובאישור הוועדה המלווה את המחקר. להלן המטרות שהוצגו:

1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי).
2. לפתח את הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים.
3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית.
4. לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם).
5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות.
6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת.
7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת.
8. להקנות הבנה של יחסי ממסד-תקשורת.
9. לערוך היכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע, רדיו, אינטרנט וכיו"ב).
10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת.
11. לערוך היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים).
12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה.
13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של מציאות.

ד.1. חשיבות המטרות של הוראת תקשורת בעיני מורים

מורים התבקשו לציין את חשיבותה של כל מטרה בעיניהם, בבחירה מתוך סולם של חמש דרגות: (1) המטרה כלל לא חשובה; (2) המטרה חשובה במידה מועטה; (3) המטרה חשובה במידה

בינונית; (4) המטרה חשובה במידה רבה; (5) המטרה חשובה במידה רבה מאוד. להלן תיאור העיבודים הסטטיסטיים שנערכו לתשובות¹⁴.

בלוח 20 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחויות של תשובות המורים בסדר יורד.

לוח 20: מידת החשיבות של מטרות לימודי התקשורת (באחוזים), ממוצעים וסטיית תקן

ס"ת	ממוצע	N	חשובה במידה רבה מאוד					1	תוכן הפריט	
			4+5	1+2	5	4	3			
0.68	4.57	67	92.5	1.5	65.6	26.9	6.0	1.5	-	1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי)
0.80	4.52	69	87.0	2.9	68.2	18.8	10.1	2.9	-	12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה
0.66	4.51	68	94.1	1.5	58.8	35.3	4.4	1.5	-	3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית
0.75	4.38	69	87.0	1.4	52.2	34.8	11.6	1.4	-	10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת
0.91	4.23	66	78.8	3.0	48.5	30.3	18.2	1.5	1.5	13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של המציאות
0.97	4.21	66	77.2	7.6	51.4	25.8	15.2	7.6	-	7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת
0.80	4.04	68	76.5	2.9	30.9	45.6	20.6	2.9	-	5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות
1.06	4.03	67	79.0	11.9	38.8	40.2	9.0	9.0	3.0	9. לערוך היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים)

¹⁴ מאחר שניתוח הגורמים לא הפיק חלוקה מובהקת של תוכני המטרות, אנו מביאים את רשימת המטרות ללא סיווג משנה.

לוח 20 (המשך)

ס"ת	ממוצע	N	4+5	1+2	חשובה			2	1	תוכן הפריט
					במידה רבה מאוד	במידה רבה	במידה בינונית			
					5	4	3			
0.94	4.03	69	71.1	4.3	37.8	33.3	24.6	2.9	1.4	4. לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם)
0.77	3.94	68	73.6	2.9	23.5	50.1	23.5	2.9	-	2. לפתח את הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים
0.87	3.74	68	57.4	5.9	22.1	35.3	36.7	5.9	-	6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת
0.93	3.41	66	47.0	13.6	10.6	36.4	39.4	10.6	3.0	8. להקנות הבנה של יחסי ממסד-תקשורת
1.05	3.31	67	43.3	20.9	13.4	29.9	35.8	16.4	4.5	11. לערוך היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים)

הערה: למורים ניתנה אפשרות להוסיף מטרות שלא נכללו בשאלון: שני מורים הציבו כמטרה את ההנאה מהלימודים, שני מורים הציבו כמטרה את פיתוח אישיות התלמיד דרך היצירה, ומורה אחד הציב כמטרה של לימודי התקשורת את פיתוח החשיבה באמצעותה.

מלוח 20 עולה כי המטרות החשובות יחסית בעיני מורים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "חשובה במידה רבה" ו"חשובה במידה רבה מאוד") הן: לפתח מודעות והערכה כלפי חשיבות התקשורת החופשית בחברה דמוקרטית (כ-94% מהמורים), ולפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (כ-93% מהמורים). המטרות החשובות פחות (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא חשובה" ו"חשובה במידה מעטה") הן: היכרות עם מפת התקשורת בישראל (כ-21% מהמורים) והקניית הבנה של היחסים ממסד-תקשורת (כ-14% מהמורים).

הציון הממוצע של חשיבות המטרות של הוראת תקשורת בעיני מורים הוא 4.07 (כלומר מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים מורים למטרות הוראת המקצוע רבה עד רבה מאוד). מאחר שלא קיימות בשלב זה נורמות של ייחוס חשיבות למטרות הוראת תקשורת, יש לראות בתוצאות אלה תוצאות יחסיות בלבד. כך, אף שטווח הסולם ידוע (5-1) ואף שכיוון הציון המתקבל ידוע (ככל שהציון גבוה יותר כך גבוהה החשיבות המוקנית למטרה זו או אחרת), אין ציון מסוים מגדיר חשיבות כגבוהה או כנמוכה באופן מוחלט אלא באופן יחסי.

בלוח 21 שלהלן מופיעים הציונים הממוצעים של חשיבות המטרות בעיני מורים, לפי משתני רקע.

לוח 21: ממוצעים וסטיות תקן של ציוני חשיבות המטרות של הוראת תקשורת, לפי משתני רקע

חשיבות המטרות			משתני רקע
ס"ת	ממוצע	N	
0.51	4.07	69	כלל המדגם
פיקוח			
0.52	4.04	53	חינוך ממלכתי
0.40	4.32	7	חינוך ממלכתי-דתי
0.53	4.08	9	חינוך ערבי
הוראה בחט"ע			
0.46	4.14	43	מלמד גם בחט"ע
0.58	3.96	26	לא מלמד בחט"ע
ריכוז מקצוע			
0.47	4.12	30	מרכז מקצוע
0.56	3.98	32	לא מרכז מקצוע
מין			
0.45	4.06	23	גברים
0.55	4.08	46	נשים
ותק בהוראת המקצוע			
0.51	4.10	30	בין שנה לחמש שנים
0.53	4.03	19	בין שש לתשע שנים
0.43	4.12	18	עשר שנים ומעלה
השכלה¹			
0.47	4.16	42	הכשרה עיונית בתקשורת
0.54	3.97	19	הכשרה מעשית בתקשורת
הוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"²			
0.50	3.99	17	הוראה לפי התכנית
0.55	4.10	52	הוראה לא לפי התכנית

1. נכללו בהשוואה רק מורים שהשכלתם עיונית או מעשית.
2. לא כולל מורים שהשתמשו בחלקים מן התכנית לבניית תכנית אישית.

מלוח 21 עולה כי הקבוצות שבעיניהן מטרות הוראת התקשורת חשובות יחסית הן: מורים מן החינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 4.32 מתוך 5), מורים בעלי הכשרה עיונית בתקשורת (ממוצע 4.16), ומורים המלמדים גם בחט"ע (ממוצע 4.14).

2.4. קשר בין משתני הרקע של מורים לבין החשיבות שיוחסה למטרות הוראת תקשורת

הקשר בין סוג הפיקוח לבין מידת החשיבות שיוחסה למטרות הוראת התקשורת: בשל הפער בין מספר המורים שהשתייכו לסוגי החינוך השונים (53 מורים בחינוך הממלכתי, 7 מורים בחינוך הממלכתי-דתי ו-9 מורים בחינוך הערבי), אין משמעות לתוצאות של הפעלת פרוצדורות סטטיסטיות מתקדמות לתיאור השפעת סוג הפיקוח על החשיבות המיוחסת למטרות הוראת המקצוע.

הקשר בין משתני הרקע האחרים של המורים (הוראה בחט"ע, ריכוז המקצוע, מין, ותק, השכלה והוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" – כל אחד מהם בנפרד) לבין מידת החשיבות שיוחסה למטרות הוראת המקצוע נבדק באמצעות ניתוח שונות חד-משתני ANOVA או מבחן t . לא נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין החשיבות שיוחסה למטרות הוראת התקשורת לבין הוראה בחט"ב, $t(67) = 1.362, p > .05$; ריכוז המקצוע, $t(60) = 1.077, p > .05$; מין, $t(67) = -.199, p > .05$; ותק, $F(2,64) = .178, p > .05$; השכלה, $t(59) = 1.399, p > .05$; והוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", $t(67) = .785, p > .05$.

3.4. הערכת האפשרות להשגת מטרות ההוראה

מורים נתבקשו להעריך את המידה שבה השגת כל אחת מהמטרות לעיל אפשרית עבור תלמידיהם בסולם מ-1 עד 5. בלוח 22 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחויות של תשובות המורים בסדר יורד.

לוח 22: הערכת האפשרות להשגת מטרות ההוראה (באחוזים), ממוצעים וסטיית תקן

תוכן הפריט	כלל לא ניתנת להשגה	ניתנת להשגה מעטה	ניתנת להשגה בינונית	ניתנת להשגה רבה	ניתנת להשגה רבה מאוד	1+2	4+5	N	ממוצע	ס"ת
8. להקנות הבנה של יחסי ממסד-תקשורת	-	7.3	9.8	36.6	46.3	7.3	82.9	41	4.22	0.91
9. לערוך היכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע רדיו אינטרנט וכיו"ב)	-	9.3	16.3	32.6	41.8	9.3	74.4	43	4.07	0.99
5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת ומייצרת תרבות וכמפרשת את המציאות	-	12.2	9.8	39.0	39.0	12.2	78.0	41	4.05	1.00
1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי)	-	7.0	30.2	39.5	23.3	7.0	62.8	43	3.79	0.89

לוח 22 (המשך)

ס"ת	ממוצע	N	4+5	1+2	ניתנת להשגה במידה רבה מאוד 5	ניתנת להשגה במידה רבה 4	ניתנת להשגה במידה בינונית 3	ניתנת להשגה במידה מעטה 2	כלל לא ניתנת להשגה 1	תוכן הפריט
0.86	3.74	38	63.2	7.9	18.4	44.8	28.9	7.9	-	11. לערוך היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעליות, יחסי גומלין ואינטרסים)
0.97	3.71	42	64.3	7.1	19.0	45.2	28.6	2.4	4.8	3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית
1.05	3.69	42	59.5	16.7	26.2	33.3	23.8	16.7	-	2. לפתח את הטעם האמנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים
0.96	3.53	43	55.8	14.0	14.0	41.9	30.2	11.6	2.3	12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה
0.98	3.44	43	51.2	14.0	11.6	39.5	34.9	9.3	4.7	13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של המציאות
0.88	3.38	42	47.6	14.3	7.1	40.5	38.1	11.9	2.4	10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת
1.08	3.38	40	47.5	20.0	15.0	32.5	32.5	15.0	5	6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת
1.02	3.37	41	48.8	14.6	9.8	39.0	36.6	7.3	7.3	7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת
1.08	3.21	39	35.9	20.5	12.8	23.1	43.6	12.8	7.7	4. לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם)

מלוח 22 עולה כי המטרות הניתנות יותר להשגה בעיני מורים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "ניתנת להשגה במידה רבה" ו"ניתנת להשגה במידה רבה מאוד") הן: הקניית הבנה של יחסי ממסד-תקשורת (כ-83% מהמורים), זיהוי והערכה של מקום התקשורת כמשקפת ומייצרת תרבות וכמפרשת את המציאות (כ-78% מהמורים), והיכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ואמצעי מדיה שונים (כ-74% מהמורים). המטרות הניתנות פחות להשגה (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא ניתנת להשגה" ו"ניתנת להשגה במידה מעטה") הן: עידוד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית בנוגע לנושאים המוצגים בתקשורת (כ-21% מהמורים),

פיתוח מודעות ויכולת לנתח היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת (כ-20% מהמורים), ופיתוח סובלנות כלפי פלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת (כ-14% מהמורים).

הציון הממוצע של הערכת האפשרות להשגת מטרות ההוראה בעיני מורים הוא 3.64 (כלומר הערכת מורים לגבי השגת מטרות ההוראה בינונית עד רבה). מאחר שלא קיימות בשלב זה נורמות של ייחוס חשיבות למטרות הוראת התקשורת, יש לראות בתוצאות אלה תוצאות יחסיות בלבד. כך, אף שטווח הסולם ידוע (1-5) וגם כיוון הציון המתקבל ידוע (ככל שהציון גבוה יותר כך גבוהה ההערכה שהשגת המטרה אפשרית), אין ציון מסוים מגדיר הערכה מסוימת באופן מוחלט אלא באופן יחסי.

בלוח 23 שלהלן מופיעים הציונים הממוצעים של חשיבות המטרות בעיני מורים, לפי משתני רקע.

לוח 23: ממוצעים וסטיות תקן של ציוני הערכת ההשגה של מטרות ההוראה, לפי משתני רקע

הערכת השגת המטרות			משתני הרקע ¹
ממוצע	N	ס"ת	
3.64	45	0.675	כלל המדגם
פיקוח			
3.61	33	0.669	חינוך ממלכתי
4.29	6	0.245	חינוך ממלכתי-דתי
3.15	6	0.530	חינוך ערבי
הוראה בחטי"ע *			
3.80	28	0.605	מלמד גם בחטי"ע
3.77	17	0.713	לא מלמד בחטי"ע
ריכוז מקצוע			
3.93	15	0.498	מרכז מקצוע
3.57	25	0.634	לא מרכז מקצוע
מין			
3.61	15	0.796	גברים
3.65	30	0.621	נשים
הערכת השגת המטרות ותקן בהוראת המקצוע			
3.54	20	0.833	בין שנה לחמש שנים
3.85	10	0.604	בין שש לתשע שנים
3.76	13	0.341	עשר שנים ומעלה
השכלה²			
3.69	26	0.617	הכשרה עיונית בתקשורת
3.45	11	0.699	הכשרה מעשית בתקשורת

לוח 23 (המשך)

הערכת השגת המטרות			משתני הרקע ¹
ממוצע	ס"ת	N	
הוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ³			
0.748	3.30	10	הוראה לפי התכנית
0.630	3.74	35	הוראה לא לפי התכנית

1. הבדל מובהק בין קבוצות, המתייחס למשתנה רקע ספציפי, מסומן בכוכבית. פרטי המבחן מובאים בסעיף העוקב. כך בכל הלוחות מסוג זה.
2. נכללו בהשוואה רק מורים שהשכלתם עיונית או מעשית.
3. לא כולל מורים שהשתמשו בחלקים מן התכנית לבניית תכנית אישית.

מלוח 23 עולה כי הקבוצות שבעיניהן השגת המטרות של הוראת התקשורת מוערכת כאפשרית במידה רבה יחסית הן: מורי החינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 4.29 מתוך 5), מורים המרכזים מקצוע (ממוצע 3.93), ומורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של שש עד תשע שנים (ממוצע 3.85).

4.4. הקשר בין משתני הרקע של מורים לבין הערכת אפשרות ההשגה של מטרות הוראת תקשורת

הקשר בין סוג הפיקוח לבין הערכת אפשרות ההשגה של מטרות הוראת תקשורת: בשל הפער בין מספר המורים שהשתייכו למגזרי החינוך השונים (53 מורים בחינוך הממלכתי, 7 מורים בחינוך הממלכתי-דתי ו-9 מורים בחינוך הערבי), אין משמעות לתוצאות של הפעלת פרוצדורות סטטיסטיות מתקדמות לתיאור השפעת סוג הפיקוח על הערכת אפשרות ההשגה של מטרות הוראת תקשורת.

הקשר בין משתני הרקע האחרים של המורים (הוראה בחטי"ע, ריכוז המקצוע, מין, ותק, השכלה והוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" – כל אחד מהם בנפרד) לבין הערכת אפשרות ההשגה של מטרות הוראת התקשורת נבדק באמצעות ניתוח שונות חד-משתני ANOVA או t -test. להלן מופיעים ממצאי ניתוח השונות¹⁵.

לא נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין הערכת ההשגה של מטרות הוראת התקשורת לבין ריכוז המקצוע, $t(38) = 0.064, p > .05$; מין, $t(43) = 1.173, p > .05$; ותק, $t(2,40) = 0.825, p > .05$; השכלה, $F(35) = 1.012, p > .05$; והוראה לפי התכנית, $t(43) = 1.875, p > .05$. נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין הערכת ההשגה של מטרות הוראת התקשורת לבין הוראה בחטי"ע, $t(43) = 2.200, p > .05$. מורים המלמדים בחטי"ע מאמינים יותר ממורים שאינם מלמדים בחטי"ע ביכולתם של תלמידים להשיג את מטרות ההוראה.

¹⁵ הבדל נחשב מובהק כאשר $p < .05$.

5.4. הסברים לאי השגת המטרות¹⁶

בלוח 24 שלהלן מופיעים הסברי מורים לאי השגת מטרות הוראת המקצוע.

לוח 24: הסברים לאי השגת המטרות [שאלה פתוחה]

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	הסברים לאי השגת המטרות N תשובות = 96, N עונים = 46
73.9			היבטים טכניים וארגוניים
50.0	24.0	23	מחסור בשעות לימוד
47.8	22.9	22	מחסור באמצעים ובציוד
8.7	4.2	4	כיתות עמוסות מדי
28.3			סיבות הקשורות לבית הספר
19.6	9.4	9	בית הספר מנותק מעולם התקשורת/חסרה בבית הספר מודעות לחשיבות הנושא
13.0	6.3	6	גישת בית הספר למקצוע מורידה מערכו/אין די עזרה ותמיכה במורים/המקצוע משמש כברירת מחדל
4.3	2.1	2	השינוי בתודעה ובחשיבה (גם בתוך ביה"ס) הוא איטי ולכן לא תמיד ניתן לראות תוצאות
2.2	1.0	1	אין פיקוח מטעם משרד החינוך
2.2	1.0	1	דה פוליטיזציה של בית הספר
28.3			סיבות הקשורות לתלמידים
10.9	5.2	5	קיים פער ערכי בין תפיסות המורה לתפיסות התלמידים בנוגע ללימודי התקשורת
10.9	5.2	5	המטרות מתאימות לתלמידים באקדמיה/ התלמידים צעירים ולא בשלים מספיק להבנה של תהליכים מורכבים
8.7	4.2	4	חוסר רצון של התלמידים - מצפים לשיעור מהנה ופחות ממוסד
26.1			סיבות הקשורות לתכנית
21.7	10.4	10	חסרות השתלמויות בנושא, חסר מפגש עם אנשי מקצוע
4.3	2.1	2	אין חומרי לימוד מתאימים לתכנית
4.3	2.1	2	חסר הצד המעשי

מלוח 24 עולה כי הסיבות לאי-השגת המטרות לדעת המורים הן: היבטים טכניים וארגוניים (כ-74% מהמורים), סיבות הקשורות לבית הספר (כ-28% מהמורים), סיבות הקשורות לתלמידים (כ-28% מהמורים), וסיבות הקשורות לתכנית (כ-26% מהמורים).

6.4. הצעות לתמיכה בהשגת המטרות

בלוח 25 שלהלן מופיעות הצעות המורים לתמיכה בהשגת המטרות.

¹⁶ בשל חזרה של תכנים על עצמם, שולב סעיף זה בשאלה לגבי הסיבה לאי השגת יעדים.

לוח 25: הצעות המורים לתמיכה בהשגת המטרות [שאלה פתוחה]

הצעות לתמיכה בהשגת המטרות N תשובות = 48, N עונים = 31	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
הצעות הנוגעות לשינויים ארגוניים			67.7
הקצאת משאבים נוספים לתחום, הגדלת מספר שעות ההוראה	16	33.3	51.6
יותר אמצעים אורקוליים	5	10.4	16.1
קבוצות לימוד קטנות	4	8.3	12.9
שינוי הגישה כלפי המקצוע			29.0
העלאת המודעות לגבי חשיבות לימודי התקשורת ברמה הכלל ארצית/ברמה הממסדית	5	10.4	16.1
הפיכת המקצוע למקצוע אינטרדיסציפלינרי	3	6.3	9.7
הפיכת המקצוע למקצוע חובה	3	6.3	9.7
סיוע למורים			22.6
הוספת חומר/חוברות לימוד	3	6.3	9.7
הוספת השתלמויות	2	4.2	6.5
יצירת תכנית ממוקדת יותר, שלא יהיו בה סטיות	2	4.2	6.5
עירוב ההורים, חינוך לצפייה מושכלת בבית	1	2.1	3.2
הצעות הנוגעות לאסטרטגיות הוראה			9.7
הפגשת התלמידים עם יוצרים בתחום	2	4.2	6.5
העמקה והרחבה של חומר הלימוד	1	2.1	3.2
סיוורים לימודיים שבהם ייפגשו התלמידים פנים מול פנים עם עולם התקשורת	1	2.1	3.2

מלוח 25 עולה כי הצעותיהם של המורים בנוגע להשגת המטרות כללו: הצעות הנוגעות לשינויים ארגוניים (כ-68% מהמורים), לשינוי הגישה כלפי המקצוע (כ-29% מהמורים), ולסיוע למורים (כ-23% מהמורים) וכן הצעות הנוגעות לאסטרטגיות הוראה (כ-10% מהמורים).

7.4. מדוע חשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים?

בלוח 27 שלהלן מופיעים נימוקי המורים באשר לחשיבות לימודי התקשורת בחטיבת הביניים.

לוח 26: חשיבות לימודי התקשורת בחטיבת הביניים [שאלה פתוחה]

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	חשיבות לימודי תקשורת בחטיבת הביניים N תשובות = 118, N עונים = 65
86.2			התמודדות עם המציאות היומיומית
55.4	30.5	36	התלמידים חשופים לתקשורת בחיי היום יום – לכן, חשוב שיפתחו הבנה ומודעות להשפעתה
46.2	25.4	30	בשל תרבות הצריכה הגבוהה במדינה – חשוב לפתח תלמיד שיהיה צרכן תקשורת ביקורתי
32.3	17.8	21	המקצוע יכול לתרום להפחתת ניכור בין קבוצות – לעודד תלמידים למחשבה ולפעולה פוליטית, לחנך לאזרחות טובה/המקצוע מספק הזדמנות לחשיפת התלמידים לדילמות הקיימות בתחום החברתי ובתחום המוסרי
18.5			הסתכלות עתידית
9.2	5.1	6	יש להכין את התלמידים לקראת הלימודים בחטי"ע ולקראת האפשרות שלימודי המקצוע ייהפכו ללימודי חובה
6.2	3.4	4	חיוני לספק לתלמידים מידע על ההתקדמות בטכנולוגיה של התקשורת
3.1	1.7	2	לימודי תקשורת מהווים תשתית להפיכת התלמידים לאנשי תקשורת בעתיד/מקצוע מעשי עם אופציות לעתיד עבור התלמידים
16.9			התפתחות אישית
10.8	5.9	7	פיתוח התחום האומנותי ככלי לביטוי עצמי
7.7	4.2	5	הלמידה מעניקה חיזוק חיובי לתלמידים, ומהווה כלי טיפולי (החלק המעשי), תלמידים לומדים לעבוד בקבוצה ולשתף פעולה
10.8			אופי המקצוע
10.8	5.9	7	תחום דעת שמשלב תחומים שונים/חומר נגיש ומעודכן/המקצוע משחרר את התלמידים מהלחץ של הלימודים האחרים/המקצוע שימושי

מלוח 26 עולה כי לדעת המורים חשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים בגלל תרומת המקצוע להתמודדות טובה יותר עם המציאות היומיומית (כ-86% מהמורים), כדי להכין את התלמידים לקראת לימוד או עיסוק בתחום בעתיד (כ-19% מהמורים), בגלל תרומת המקצוע להתפתחותם האישית של התלמידים (כ-17% מהמורים), ובשל אופי המקצוע: אינטגרטיבי, נגיש ושימושי (כ-11% מהמורים).

8.4. השגת מטרות ההוראה בפועל: רכישת מודעות בנושאי תקשורת

בפני המורים הוצגו הישגי התלמידים לפי מדדים ספציפיים, המופיעים להלן, כפי שנוסחו על בסיס מטרות התכנית הרשמיות ובאישור הוועדה המלווה את המחקר:

1. התלמידים מסוגלים לדון על תגובותיהם לטלוויזיה ולקולנוע, ולהסביר את הסיבות להנאה, להעדפה ולדחייה של חומרים שנחשפו אליהם.
2. התלמידים מודעים לרגשות של הזדהות ודחייה כלפי גיבורים ודמויות של יצירות בדיוניות.

3. התלמידים מודעים לשוני בתגובותיהם של צופים שונים.
4. התלמידים מודעים למקום שתופסים אמצעי התקשורת בחייהם ובחיי החברה הסובבת.
5. התלמידים מסוגלים להעריך את התועלת שהם מפיקים מהטלוויזיה ומהקולנוע, ואת הצרכים שאמצעי התקשורת עונים עליהם.
6. התלמידים מודעים לכך שאמצעי התקשורת מהווים מקור הן לבידור, הן למידע.
7. התלמידים מודעים למאפיינים של תוכן ושל צורה בעיצוב תוצרים שונים.
8. התלמידים מסוגלים לזהות תבניות וקונוונציות בעיצוב של תוצרים שונים.
9. התלמידים מסוגלים להבחין בסימני היכר של תבניות ושל ז'אנרים שונים.
10. התלמידים מסוגלים לזהות מרכיבים שונים של אמצעים טכניים ואמנותיים, הבאים לידי ביטוי בשפת הקולנוע והטלוויזיה.
11. התלמידים מודעים לקשר בין תוכן לצורה בשימוש באמצעים טכניים ואמנותיים.
12. התלמידים מודעים לאופן עיצוב הדמויות המופיעות על המסך.
13. התלמידים מסוגלים להבחין בין שימוש שגרתי לבין שימוש יוצא דופן בדרכי הצגה, תוך התייחסות לסגנון ולביטוי אישי ייחודי.
14. התלמידים מסוגלים לקשר בין דימויים חזותיים וקוליים לבין הערכים שהם מייצגים.
15. התלמידים מודעים לשימוש במין, באלימות ובסטריאוטיפים – כאמצעים למשיכת קהל.
16. התלמידים מסוגלים לפתח גישה ביקורתית לייצוגיות של ערכים.
17. התלמידים מודעים לשיקולים כלכליים ולהשפעתם על הפקת התוצרים.
18. התלמידים מודעים להשפעה של אידיאולוגיות ושל פוליטיקה על התוצרים.

המורים נתבקשו לציין את הישגי התלמידים ביחס לכל מטרה, בבחירה מתוך סולם של חמש דרגות: (1) המטרה כלל לא הושגה; (2) המטרה הושגה במידה מעטה; (3) המטרה הושגה במידה בינונית; (4) המטרה הושגה במידה רבה; (5) המטרה הושגה במידה רבה מאוד. להלן מובאים העיבודים הסטטיסטיים שנערכו לתשובות ולתוצאותיהם.

9.ד. סיווג מטרות הוראת התקשורת בזיקה להשגתן בפועל: ניתוח גורמים¹⁷

ניתוח הגורמים של הפריטים המבטאים את השגת מטרות ההוראה כלל 18 פריטים. ניתוח הגורמים בוצע בהטיה אורתוגונלית בפרוצדורת ורימקס, והעלה סולם בן שלושה גורמים (מאחר שקיים מתאם גבוה יחסית בין הגורמים לבין עצמם, יש להתייחס אליהם יותר כאל מגדירים סמנטיים שנועדו להבהיר את משמעות תוכני הסולם ופחות כאל מבחינים אבסולוטיים): (1) מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת; (2) מודעות לבחירות צורניות ואמנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת; (3) מודעות לתפקידה של התקשורת.

בלוח 27 שלהלן מופיע ניתוח הגורמים, כולל מקדמי הגורמים של הפריטים.

¹⁷ ניתוח גורמים הוא עיבוד סטטיסטי המאפשר, באמצעות ניתוח דפוסי התשובה של המשיבים, לחלק את קבוצת הפריטים שעליה מבוצע העיבוד לקבוצות-משנה של פריטים בעלי מכנה משותף. מידת הלכידות של הפריטים בקבוצה השלמה ובקבוצות-המשנה נמדדת באמצעות בדיקת מהימנות סטטיסטית ומבטאת באמצעות מדד קרונברג.

לוח 27: מקדמי הגורמים בסולם רכישת מודעות בנושאי תקשורת

תוכן הפריט	גורם 1	גורם 2	גורם 3
גורם ראשון: מודעות לבחירות אידיאולוגיות, רגשיות וערכיות בעיצוב ובצריכת תוצרי תקשורת			
15. התלמידים מודעים לשימוש במין, באלימות ובסטריאוטיפים – כאמצעים למשיכת קהל	.78	.03	.29
2. התלמידים מודעים לרגשות של הזדהות ודחייה כלפי גיבורים ודמויות של יצירות בדיוניות	.74	.24	-.04
1. התלמידים מסוגלים לדון על תגובותיהם לטלוויזיה ולקולנוע, ולחשביר את הסיבות להנאה, להעדפה ולדחייה של חומרים שנחשפו אליהם	.72	.03	.13
17. התלמידים מודעים לשיקולים כלכליים ולהשפעתם על הפקת התוצרים	.65	.17	.17
16. התלמידים מסוגלים לפתח גישה ביקורתית לייצוגיות של ערכים	.61	.42	.15
9. התלמידים מסוגלים להבחין בסימני היכר של תבניות ושל ז'אנרים שונים	.55	.23	-.07
3. התלמידים מודעים לשוני בתגובותיהם של צופים שונים	.50	-.03	.45
18. התלמידים מודעים להשפעה של אידיאולוגיות ושל פוליטיקה על התוצרים	.44	.44	.07
גורם שני: מודעות לבחירות צורניות ואמנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת			
11. התלמידים מודעים לקשר בין תוכן לצורה בשימוש באמצעים טכניים ואמנותיים	-.11	.81	.31
10. התלמידים מסוגלים לזהות מרכיבים שונים של אמצעים טכניים ואמנותיים, הבאים לידי ביטוי בשפת הקולנוע והטלוויזיה	.06	.77	-.26
13. התלמידים מסוגלים להבחין בין שימוש שגרתי לבין שימוש יוצא דופן בדרכי הצגה, תוך התייחסות לסגנון ולביטוי אישי ייחודי	.31	.72	.26
14. התלמידים מסוגלים לקשר בין דימויים חזותיים וקוליים לבין הערכים שהם מייצגים	.24	.63	-.01
8. התלמידים מסוגלים לזהות תבניות וקונוונציות בעיצוב של תוצרים שונים	.42	.61	.20
12. התלמידים מודעים לאופן עיצוב הדמויות המופיעות על המסך	.14	.59	.26
7. התלמידים מודעים למאפיינים של תוכן ושל צורה בעיצוב תוצרים שונים	.23	.47	.52
גורם שלישי: מודעות לתפקידה של התקשורת			
5. התלמידים מסוגלים להעריך את התועלת שהם מפיקים מהטלוויזיה ומהקולנוע, ואת הצרכים שאמצעי התקשורת עונים עליהם	.17	.20	.85
6. התלמידים מודעים לכך שאמצעי התקשורת מהווים מקור הן לבידור, הן למידע	-.04	-.00	.72
4. התלמידים מודעים למקום שתופסים אמצעי התקשורת בחייהם ובחיי החברה הסובבת	.41	.27	.55

מהימנותו הפנימית של הסולם, כפי שהיא מתבטאת בהומוגניות הפריטים, נמדדה באמצעות פרוצדורת אלפא לפי קרונבך $\alpha = .88$; מהימנות תת-הסולם מודעות לבחירות אידיאולוגיות

רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת $\alpha = .83$; מהימנות תת-הסולם מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת $\alpha = .84$; מהימנות תת-הסולם מודעות לתפקידה של התקשורת $\alpha = .72$.

10.ד. סולם רכישת מודעות בנושאי תקשורת: תיאור הממצאים

בלוח 28 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחויות של תשובות המורים לפי גורמים.

לוח 28: רכישת מודעות תקשורתית (הישגי התלמידים) (באחוזים), ממוצעים וסטיית תקן

תוכן הפריט	כלל לא	במידה מעטה	במידה בינונית	במידה רבה	במידה רבה מאוד	1+2	4+5	N	ממוצע	ס"ת
גורם ראשון: מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב ובצריכת תוצרי תקשורת										
15. התלמידים מודעים לשימוש במין, באלימות ובסטריאוטיפים – כאמצעים למשיכת קהל	-	-	19.0	39.7	41.3	-	81.0	58	4.22	0.75
2. התלמידים מודעים לרגשות של הזדהות ודחייה כלפי גיבורים ודמויות של יצירות בדיוניות	-	5.2	31.0	46.6	17.2	5.2	63.8	58	3.76	0.80
1. התלמידים מסוגלים לדון על תגובותיהם לטלוויזיה ולקולנוע, ולהסביר את הסיבות להנאה, להעדפה ולדחייה של חומרים שנחשפו אליהם	-	1.8	28.1	50.8	19.3	1.8	70.1	57	3.88	0.73
17. התלמידים מודעים לשיקולים כלכליים ולהשפעתם על הפקת התוצרים	3.4	15.3	23.7	32.2	25.4	18.6	57.6	59	3.61	1.13
16. התלמידים מסוגלים לפתח גישה ביקורתית לייצוגיות של ערכים	-	18.6	33.9	32.2	15.3	18.6	47.5	59	3.44	0.97
9. התלמידים מסוגלים להבחין בסימני היכר של תבניות וז'אנרים שונים	-	5.1	23.7	52.6	18.6	5.1	71.2	59	3.85	0.78
3. התלמידים מודעים לשוני בתגובות של צופים שונים	-	3.4	35.6	37.3	23.7	3.4	61.0	59	3.81	0.84
18. התלמידים מודעים להשפעה של אידיאולוגיות ושל פוליטיקה על התוצרים	6.8	16.9	32.2	28.8	15.3	23.7	44.1	59	3.29	1.13

לוח 28 (המשך)

תוכן הפריט	כלל לא	במידה מעטה	במידה בינונית	במידה רבה	במידה רבה מאוד	1+2	4+5	N	ממוצע	ס"ת
גורם שני: מודעות לבחירות צורניות ואמנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת										
11. התלמידים מודעים לקשר שבין צורה לתוכן בשימוש באמצעים טכניים ואומנותיים	3.4	6.9	34.5	46.6	8.6	10.3	55.2	58	3.50	0.88
10. התלמידים מסוגלים לזהות מרכיבים שונים של אמצעים טכניים ואמנותיים, הבאים לידי ביטוי בשפת הקולנוע והטלוויזיה	1.7	13.6	33.9	38.9	11.9	15.3	50.8	59	3.46	0.93
13. התלמידים מסוגלים להבחין בין שימוש שגרתי לבין שימוש יוצא דופן בדרכי הצגה, תוך התייחסות לסגנון ולביטוי אישי ייחודי	3.6	26.8	42.8	21.4	5.4	30.4	26.8	56	2.98	0.92
14. התלמידים מסוגלים לקשר בין דימויים חזותיים וקוליים לבין הערכים שהם מייצגים	1.7	13.6	47.4	30.5	6.8	15.3	37.3	59	3.27	0.85
8. התלמידים מסוגלים לזהות תבניות וקונוונציות בעיצוב של תוצרים שונים	-	12.3	52.6	28.1	7.0	12.3	35.1	57	3.30	0.78
12. התלמידים מודעים לאופן עיצוב הדמויות המופיעות על המסך	-	6.8	47.5	28.8	16.9	6.8	45.8	59	3.56	0.86
7. התלמידים מודעים למאפיינים של תוכן ושל צורה בעיצוב תוצרים שונים	-	10.5	43.9	33.3	12.3	10.5	45.6	57	3.47	0.85
גורם שלישי: מודעות לתפקידה של התקשורת										
5. התלמידים מסוגלים להעריך את התועלת שהם מפיקים מהטלוויזיה ומהקולנוע, ואת הצרכים שאמצעי התקשורת עונים עליהם	-	12.1	27.6	36.2	24.1	12.1	60.3	58	3.72	0.97
6. התלמידים מודעים לכך שאמצעי התקשורת מהווים מקור הן לבידור, הן למידע	-	1.7	10.2	40.7	47.4	1.7	88.1	59	4.34	0.73
4. התלמידים מודעים למקום שתופסים אמצעי התקשורת בחייהם ובחיי החברה הסובבת	-	5.1	11.9	37.3	45.7	5.1	83.0	59	4.24	0.86

מלוח 28 עולה כי המטרות שהושגו במידה רבה בעיני המורים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "הושגו במידה רבה" ו"הושגו במידה רבה מאוד") הן: רכישת מודעות לכך שאמצעי התקשורת מהווים מקור הן לבידור, הן למידע (כ-88% מהמורים), רכישת מודעות למקום שתופסים אמצעי התקשורת בחייהם ובחיי החברה הסובבת (כ-83% מהמורים) ורכישת מודעות לשימוש במין, באלימות ובסטריאוטיפים – כאמצעי למשיכת קהל (כ-81% מהמורים).

המטרות שהושגו במידה פחותה (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא הושגו" ו"הושגו במידה מעטה") הן: היכולת להבחין בין שימוש שגרתי לבין שימוש יוצא דופן בדרכי הצגה, תוך התייחסות לסגנון ולביטוי אישי ייחודי (כ-30% מהמורים), ורכישת מודעות להשפעה של אידיאולוגיות ושל פוליטיקה על התוצרים התקשורתיים (כ-24% מהמורים).

הציון הממוצע של רכישת מודעות בנושא תקשורת בעיני מורים הוא 3.65 (כלומר מידת רכישת מודעות בנושא התקשורת בינונית עד רבה). מאחר שלא קיימות בשלב זה נורמות בנושא רכישת מודעות תקשורתית, יש לראות בתוצאות אלה תוצאות יחסיות בלבד. כך, אף שטווח הסולם ידוע (1-5), וגם כיוון הציון המתקבל ידוע (ככל שהציון גבוה יותר כך עולה המודעות התקשורתית), אין ציון מסוים מגדיר מידה גבוהה או נמוכה של מודעות באופן מוחלט אלא באופן יחסי. הציון הממוצע לרכישת מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת בקרב התלמידים – 3.73, ממוצע רכישת מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת בקרב התלמידים – 3.36, הציון הממוצע לרכישת מודעות לתפקידה של התקשורת בקרב התלמידים – 4.11.

בלוח 29 שלהלן מופיעים הציונים הממוצעים של הערכת הישגי התלמידים (מודעותם לנושאים תקשורתיים) בעיני המורים, לפי משתני רקע.

לוח 29: ממוצעים וסטיות תקן של רכישת מודעות לנושאי תקשורת של התלמידים לפי גורמים ולפי משתני רקע

מודעות תקשורתית			משתני הרקע
ס"ת	ממוצע	N	
0.53	3.65	59	כלל המדגם: מודעות תקשורתית
0.61	3.73	59	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.64	3.36	59	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.69	4.11	59	מודעות לתפקידה של התקשורת
פיקוח			
0.50	3.66	47	חינוך ממלכתי: מודעות תקשורתית
0.60	3.73	47	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.62	3.37	47	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.69	4.11	47	מודעות לתפקידה של התקשורת

לוח 29 (המשך)

מודעות תקשורתית			משתני הרקע
ס"ת	ממוצע	N	
0.68	3.89	5	חינוך ממלכתי-דתי : מודעות תקשורתית
0.56	4.03	5	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.92	3.63	5	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.65	4.13	5	מודעות לתפקידה של התקשורת
0.57	3.42	7	חינוך ערבי : מודעות תקשורתית
0.67	3.45	7	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.48	3.12	7	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.85	4.05	7	מודעות לתפקידה של התקשורת
הוראה בחט"ע			
0.55	3.66	38	מלמד גם בחט"ע : מודעות תקשורתית
0.63	3.79	38	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.68	3.32	38	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.69	4.13	38	מודעות לתפקידה של התקשורת
0.50	3.62	21	לא מלמד בחט"ע : מודעות תקשורתית
0.55	3.62	21	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.54	3.44	21	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.70	4.06	21	מודעות לתפקידה של התקשורת
ריכוז מקצוע			
0.51	3.80	27	מרכז מקצוע : מודעות תקשורתית
0.58	3.93	27	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.61	3.48	27	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.70	4.17	27	מודעות לתפקידה של התקשורת
0.53	3.53	25	לא מרכז מקצוע : מודעות תקשורתית
0.61	3.57	25	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.66	3.23	25	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.67	4.07	25	מודעות לתפקידה של התקשורת
מין			
0.42	3.43	19	גברים : מודעות תקשורתית
0.52	3.49	19	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.61	3.10	19	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.66	4.04	19	מודעות לתפקידה של התקשורת
0.55	3.75	40	נשים : מודעות תקשורתית
0.62	3.84	40	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.62	3.48	40	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.71	4.14	40	מודעות לתפקידה של התקשורת

לוח 29 (המשך)

מודעות תקשורתית			משתני הרקע
ס"ת	ממוצע	N	
ותק בהוראת המקצוע			
0.56	3.64	26	בין שנה לחמש שנים: מודעות תקשורתית
0.64	3.67	26	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.59	3.34	26	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.75	4.26	26	מודעות לתפקידה של התקשורת
0.56	3.57	18	בין שש לתשע שנים: מודעות תקשורתית
0.67	3.72	18	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.68	3.33	18	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.62	3.72	18	מודעות לתפקידה של התקשורת
0.42	3.80	14	עשר שנים ומעלה: מודעות תקשורתית
0.46	3.88	14	מודעות לבחירות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.67	3.48	14	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.49	4.33	14	מודעות לתפקידה של התקשורת
השכלה¹			
0.34	3.70	14	הכשרה עיונית בתקשורת: מודעות תקשורתית
0.38	3.65	14	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.44	3.51	14	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.54	4.26	14	מודעות לתפקידה של התקשורת
0.55	3.67	37	הכשרה מעשית בתקשורת: מודעות תקשורתית
0.64	3.81	37	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.67	3.34	37	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.73	4.06	37	מודעות לתפקידה של התקשורת
הוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"²			
0.51	3.69	43	הוראה לפי התכנית: מודעות תקשורתית
0.56	3.81	43	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.67	3.36	43	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.71	4.12	43	מודעות לתפקידה של התקשורת
0.57	3.54	16	הוראה לא לפי התכנית: מודעות תקשורתית
0.69	3.50	16	מודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.56	3.36	16	מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת
0.67	4.08	16	מודעות לתפקידה של התקשורת

1. נכללו בהשוואה רק מורים שהשכלתם עיונית או מעשית.
 2. לא כולל מורים שהשתמשו בחלקים מן התכנית לבניית תכנית אישית.

מלוח 29 עולה כי הקבוצות שבעיניהן המודעות לנושאי תקשורת של התלמידים גבוהה יחסית הן: מורי החינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 3.89 מתוך 5), מורים המרכזים מקצוע (ממוצע 3.80) ומורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של עשר שנים ומעלה (ממוצע 3.80).

הקבוצות שבעיניהן המודעות לבחירות אידיאולוגיות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת בקרב התלמידים גבוהה יחסית הן: מורים המלמדים בחינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 4.03), מורים המרכזים מקצוע (ממוצע 3.93) ומורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של עשר שנים ומעלה (ממוצע 3.88).

הקבוצות שבעיניהן המודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת בקרב התלמידים גבוהה יחסית הן: מורים המלמדים בחינוך הממלכתי-דתי (ממוצע 3.63) ומורים בעלי השכלה עיונית בתקשורת (ממוצע 3.51).

הקבוצות שבעיניהן המודעות לתפקידה של התקשורת בקרב התלמידים גבוהה יחסית הן: מורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של 10 שנים ומעלה (ממוצע 4.33), מורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של שנה עד 5 שנים (ממוצע 4.26) ומורים בעלי הכשרה עיונית בתקשורת (ממוצע 4.26).

11.4. הקשר בין משתני הרקע של מורים לבין השגת מטרות ההוראה בפועל: רכישת מודעות בנושאי תקשורת

הקשר בין סוג הפיקוח לבין השגה של מטרות הוראת תקשורת: בשל הפער בין מספר מורים שהשתייכו למגזרי החינוך השונים (53 מורים בחינוך הממלכתי, 7 מורים בחינוך הממלכתי-דתי ו-9 מורים בחינוך הערבי) אין משמעות לתוצאות של הפעלת פרוצדורות סטטיסטיות מתקדמות לתיאור השפעת סוג הפיקוח על הערכת אפשרות ההשגה של מטרות הוראת תקשורת.

הקשר בין משתני הרקע האחרים של המורים (הוראה בחט"ע, ריכוז המקצוע, מין, ותק, השכלה, הוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" - כל אחד מהם בנפרד) לבין רכישת המודעות התקשורתית בקרב תלמידיהם נבדק באמצעות ניתוח שונות רב-משתני MANOVA. לא נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין מידת המודעות התקשורתית שמורים מייחסים לתלמידיהם, לבין הוראה בחט"ע, $F(3,55) = 1.192, p > .05$; Wilks' Lambda = .939; ריכוז המקצוע, Wilks' $F(3,48) = 1.665, p > .05$; Lambda = .906; מין, $F(3,55) = 2.224, p > .05$; Wilks' Lambda = .892; ותק, $F(6,106) = 2.070, p > .05$; Wilks' Lambda = .801; השכלה, Wilks' $F(3,47) = 1.428, p > .05$; Wilks' Lambda = .916; והוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" $F(3,55) = 1.635, p > .05$; Wilks' Lambda = .918.

ה. עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית

בפני מורים הוצגו היבטים (עמדות) אלה בנוגע לתכנית לימודים עתידית בתקשורת בחטיבת הביניים:

1. על תכנית הלימודים לכלול נושאים הקרובים לעולמם של התלמידים.
2. על בחירת הנושאים בתכנית הלימודים להתאים לשילוב עם מקצועות אחרים.
3. על נושאי הלימוד בתכנית הלימודים להיות רלוונטיים לחיי היומיום של התלמידים.
4. על תכנית הלימודים להיות מעודכנת ועליה לשקף את ההתפתחויות בתחום התקשורת.
5. בתכנית הלימודים יש לשים דגש על מושגי יסוד בתקשורת.
6. בתכנית הלימודים יש לשלב פגישות עם אנשים מתוך המדיה.
7. צריך להיות קשר ברור בין הנושאים השונים בתכנית הלימודים.
8. רצף הוראת הנושאים בתכנית צריך להיות בעל רציונל ברור.
9. על תכנית הלימודים לכלול יצירה מעשית.
10. יש לאפשר בתכנית הלימודים בחירה רחבה בין נושאי הלימוד.
11. על תכנית הלימודים לכלול הנחיות מפורטות בנוגע לתכנים ולדרכי הוראה, יותר מכפי שהדבר נעשה כיום.
12. על תכנית הלימודים לכלול היבטים יישומיים של המקצוע ("אופק מקצועי").
13. על תכנית הלימודים להדגיש את שילוב המחשב והאינטרנט בהוראת המקצוע.
14. על תכנית הלימודים לכלול הוראה של מיומנויות תקשורת בין אישית.
15. יש להרחיב בתכנית את העיסוק בגלובאלי על פני העיסוק בתקשורת/בקולנוע ישראלי.

המורים התבקשו לציין את מידת החשיבות של כל היבט בתכנית הלימודים העתידית, בבחירה מתוך סולם של חמש דרגות: (1) ההיבט כלל לא חשוב; (2) ההיבט חשוב במידה מעטה; (3) ההיבט חשוב במידה בינונית; (4) ההיבט חשוב במידה רבה; (5) ההיבט חשוב במידה רבה מאוד. להלן מובאים העיבודים הסטטיסטיים שנערכו לתשובות ולתוצאותיהם.

ה.1. סיווג היבטים בתכנית הלימודים העתידית בתקשורת בזיקה לחשיבותם בעיני מורים: ניתוח גורמים

ניתוח הגורמים של הפריטים המבטאים עמדות בנוגע לתכנית לימודים עתידית כלל 15 פריטים. ניתוח הגורמים בוצע בהטיה אורתוגונלית בפרוצדורת ורימקס והעלה סולם בן שני גורמים (מאחר שקיים מתאם גבוה יחסית בין הגורמים לבין עצמם, יש להתייחס אליהם יותר כאל מגדירים סמנטיים שנועדו להבהיר את משמעות תוכני הסולם ופחות כאל מבחינים אבסולוטיים): (1) מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידקטיים); (2) מכוונות ליישומיות המקצוע.

בלוח 30 שלהלן מופיע ניתוח הגורמים, כולל מקדמי הגורמים של הפריטים.

לוח 30: מקדמי הגורמים בסולם עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית בתקשורת

גורם 2	גורם 1	תוכן הפריט
גורם ראשון: מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)		
.88	-.08	1. על תכנית הלימודים לכלול נושאים הקרובים לעולמם של התלמידים
.85	-.02	3. על נושאי הלימוד בתכנית הלימודים להיות רלוונטיים לחיי היומיום של התלמידים
.62	.03	2. על בחירת הנושאים בתכנית הלימודים להתאים לשילוב עם מקצועות אחרים
.62	.41	8. על רצף הוראת הנושאים בתכנית להיות בעל רציונל ברור
.60	.25	10. יש לאפשר בתכנית הלימודים בחירה רחבה בין נושאי הלימוד
.55	.39	7. צריך להיות קשר ברור בין הנושאים השונים בתכנית הלימודים
.45	.10	14. על תכנית הלימודים לכלול הוראה של מיומנויות תקשורת בין אישית
.24	.10	11. על תכנית הלימודים לכלול הנחיות מפורטות בנוגע לתכנים ולדרכי הוראה יותר מכפי שהדבר נעשה כיום
גורם שני: מכוונות ליישומיות המקצוע		
.17	.75	6. בתכנית הלימודים יש לשלב פגישות עם אנשים מתוך המדיה
.07	.73	5. בתכנית הלימודים יש לשים דגש על מושגי יסוד בתקשורת
-.06	.67	15. יש להרחיב את העיסוק בגלובאלי על פני העיסוק בתקשורת/בקולנוע ישראלי
.27	.62	12. על תכנית הלימודים לכלול היבטים יישומיים של המקצוע ("אופק מקצועי")
.15	.61	9. על תכנית הלימודים לכלול יצירה מעשית
.32	.55	13. על תכנית הלימודים להדגיש את שילוב המחשב והאינטרנט בהוראת המקצוע
.03	.41	4. על תכנית הלימודים להיות מעודכנת ועליה לשקף את ההתפתחויות בתחום התקשורת

מהימנותו הפנימית של הסולם, כפי שהיא מתבטאת בהומוגניות הפריטים, נמדדה באמצעות פרוצדורת אלפא לפי קרוניך $\alpha = .82$. מהימנות תת-הסולם מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים) $\alpha = .75$. מהימנות מכוונות ליישומיות המקצוע $\alpha = .75$.

ה.2. סולם עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית: תיאור הממצאים

בלוח 31 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחויות של תשובות המורים לפי גורמים.

לוח 31: עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית (באחוזים), ממוצעים וסטיית תקן

תוכן הפריט	כלל לא חשוב	חשוב במידה מעטה	חשוב במידה בינונית	חשוב במידה רבה מאוד	1+2	4+5	N	ממוצע	ס"ת
גורם ראשון: מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידקטיים)									
1. על תכנית הלימודים לכלול נושאים הקרובים לעולמם של התלמידים	1.6	-	3.2	17.7	77.5	1.6	62	4.69	0.69
3. על נושאי הלימוד בתכנית הלימודים להיות רלוונטיים לחיי היומיום של התלמידים	1.6	-	6.3	28.1	64.0	1.6	64	4.53	0.76
2. על בחירת הנושאים בתכנית הלימודים להתאים לשילוב עם מקצועות אחרים	3.3	6.7	21.7	41.6	26.7	10.0	60	3.82	1.02
8. על רצף הוראת הנושאים בתכנית להיות בעל רצינות ברור	4.8	3.2	9.5	46.0	36.5	7.9	63	4.06	1.01
10. יש לאפשר בתכנית הלימודים בחירה רחבה בין נושאי הלימוד	1.7	3.3	16.7	45.0	33.3	5.0	60	4.05	0.89
7. צריך להיות קשר ברור בין הנושאים השונים בתכנית הלימודים	1.6	7.8	25.0	35.9	29.7	9.4	64	3.84	1.00
14. על תכנית הלימודים לכלול הוראה של מיומנויות תקשורת בין אישית	1.6	8.1	11.3	38.7	40.3	9.7	62	4.08	1.00
11. על תכנית הלימודים לכלול הנחיות מפורטות בנוגע לתכנים ולדרכי הוראה יותר מכפי שהדבר נעשה כיום	-	8.2	29.5	31.1	31.2	8.2	61	3.85	0.96
גורם שני: מכוונות ליישומיות המקצוע									
6. בתכנית הלימודים יש לשלב פגישות עם אנשים מתוך המדיה	-	6.3	11.1	36.5	46.1	6.3	63	4.22	0.89
5. בתכנית הלימודים יש לשים דגש על מושגי יסוד בתקשורת	1.6	4.7	7.8	34.4	51.5	6.3	64	4.30	0.92
15. יש להרחיב את העיסוק בגלובאלי על פני העיסוק בתקשורת/בקולנוע ישראלי	3.2	21.0	21.0	40.3	14.5	24.2	62	3.42	1.08
12. על תכנית הלימודים לכלול היבטים יישומיים של המקצוע ("אופק מקצועי")	1.8	3.6	25.0	35.7	33.9	5.4	56	3.96	0.95

לוח 31 (המשך)

ס"ת	ממוצע	N	4+5	1+2	חשוב במידה רבה מאוד 5	חשוב במידה רבה 4	חשוב במידה בינונית 3	חשוב במידה מעטה 2	כלל לא חשוב 1	תוכן הפריט
0.87	4.45	64	81.3	3.1	67.2	14.1	15.6	3.1	-	9. על תכנית הלימודים לכלול יצירה מעשית
1.00	4.05	64	75.0	6.3	39.1	35.9	18.8	3.1	3.1	13. על תכנית הלימודים להדגיש את שילוב המחשב והאינטרנט בהוראת המקצוע
0.61	4.61	64	93.7	-	67.1	26.6	6.3	-	-	4. על תכנית הלימודים להיות מעודכנת ועליה לשקף את ההתפתחויות בתחום התקשורת

מלוח 31 עולה כי ההיבטים החשובים בעיני מורים בתכנית לימודים עתידית (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "חשוב במידה רבה" ו"חשוב במידה רבה מאוד") הם: שתכנית הלימודים תכלול נושאים הקרובים לעולמם של התלמידים (כ-95% מהמורים), שהתכנית תהיה מעודכנת ותשקף את ההתפתחויות בתחום התקשורת (כ-94% מהמורים), ושנושאי הלימוד בתכנית הלימודים יהיו רלוונטיים לחיי היומיום של התלמידים (כ-92% מהמורים).

ההיבטים החשובים פחות בעיני המורים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא חשוב" ו"חשוב במידה מעטה") הם: האפשרות להרחיב את העיסוק בגלובאלי על פני העיסוק בתקשורת/בקולנוע ישראלי (כ-24% מהמורים), ובחירת הנושאים בתכנית הלימודים באופן שיתאימו לשילוב עם מקצועות אחרים (כ-10% מהמורים).

הציון הממוצע של (חשיבות) עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית שמקנים המורים הוא 4.13 (כלומר מידת החשיבות שמקנים מורים לעמדות אלה רבה עד רבה מאוד). מאחר שלא קיימות בשלב זה נורמות בנושא הקניית חשיבות לעמדות כלפי תכנית לימודים עתידית, יש לראות בתוצאות אלה תוצאות יחסיות בלבד. כך, אף שטווח הסולם ידוע (1-5) וגם כיוון הציון המתקבל ידוע (ככל שהציון גבוה יותר כך עולה חשיבותן של עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית), אין ציון מסוים המגדיר חשיבות כגבוהה או כנמוכה בנוגע לעמדות העוסקות בתכנית לימודים עתידית, באופן מוחלט אלא באופן יחסי.

הציון הממוצע של מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידקטיים) – 4.12, הציון הממוצע של מכוונות ליישומיות המקצוע – 4.15.

בלוח 32 שלהלן מופיעים הציונים הממוצעים של הערכת הישגי התלמידים (מודעותם לנושאים תקשורתיים) בעיני המורים, לפי משתני רקע.

לוח 32: ממוצעים וסטיות תקן של עמדות כלפי תכנית לימודים עתידית לפי גורמים ולפי משתני רקע

חשיבות עמדות לתכנית עתידית			משתני רקע
ס"ת	ממוצע	N	
0.46	4.13	64	כלל המדגם: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
0.54	4.12	64	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.57	4.15	64	מכוונות ליישומיות המקצוע
פיקוח			
0.42	4.10	48	חינוך ממלכתי: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
0.43	4.12	48	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.55	4.08	48	מכוונות ליישומיות המקצוע
0.64	4.15	7	חינוך ממלכתי-דתי: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
1.07	3.91	7	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.35	4.43	7	מכוונות ליישומיות המקצוע
0.57	4.28	9	חינוך ערבי: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
0.55	4.25	9	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.74	4.30	9	מכוונות ליישומיות המקצוע
הוראה בחט"ע			
0.43	4.19	40	מלמד גם בחט"ע: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
0.50	4.14	40	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.48	4.25	40	מכוונות ליישומיות המקצוע
0.52	4.04	24	לא מלמד בחט"ע: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
0.62	4.08	24	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.66	3.98	24	מכוונות ליישומיות המקצוע
ריכוז מקצוע			
0.39	4.19	26	מרכז מקצוע: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
0.49	4.19	26	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.48	4.18	26	מכוונות ליישומיות המקצוע
0.47	4.14	31	לא מרכז מקצוע: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
0.47	4.10	31	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.60	4.19	31	מכוונות ליישומיות המקצוע
מין			
0.57	4.00	20	גברים: חשיבות עמדות לתכנית עתידית
0.69	3.89	20	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
0.66	4.11	20	מכוונות ליישומיות המקצוע
0.40	4.20	44	נשים: חשיבות עמדות לתכנית עתידית

לוח 32 (המשך)

חשיבות עמדות לתכנית עתידית			משתני רקע
ממוצע	N	ס"ת	
4.22	44	0.43	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
4.16	44	0.53	מכוונות ליישומיות המקצוע
ותק בהוראת המקצוע			
4.13	30	0.53	בין שנה לחמש שנים : חשיבות עמדות לתכנית עתידית
4.12	30	0.63	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
4.13	30	0.64	מכוונות ליישומיות המקצוע
4.00	18	0.41	בין שש לתשע שנים : חשיבות עמדות לתכנית עתידית
4.01	18	0.43	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
3.99	18	0.60	מכוונות ליישומיות המקצוע
4.30	14	0.35	עשר שנים ומעלה : חשיבות עמדות לתכנית עתידית
4.22	14	0.51	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
4.37	14	0.28	מכוונות ליישומיות המקצוע
השכלה¹			
4.11	41	0.52	הכשרה עיונית בתקשורת : חשיבות עמדות לתכנית עתידית
4.09	41	0.63	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
4.14	41	0.61	מכוונות ליישומיות המקצוע
4.20	16	0.33	הכשרה מעשית בתקשורת : חשיבות עמדות לתכנית עתידית
4.19	16	0.37	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
4.21	16	0.39	מכוונות ליישומיות המקצוע
הוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"² *			
4.13	17	0.50	הוראה לפי התכנית : חשיבות עמדות לתכנית עתידית
4.26	17	0.47	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
3.97	17	0.62	מכוונות ליישומיות המקצוע
4.14	47	0.46	הוראה לא לפי התכנית : חשיבות עמדות לתכנית עתידית
4.07	47	0.56	מכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים)
4.21	47	0.54	מכוונות ליישומיות המקצוע

1. נכללו בהשוואה רק מורים שהשכלתם עיונית או מעשית.
2. לא כולל מורים שהשתמשו בחלקים מן התכנית לבניית תכנית אישית.

מלוח 32 עולה כי הקבוצות שייחסו חשיבות גבוהה לעמדות כלפי תכנית לימודים עתידית הן : מורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של 10 שנים ומעלה (ממוצע 4.30 מתוך 5), מורים המלמדים בחינוך הערבי (ממוצע 4.28), מורים בעלי הכשרה מעשית בתקשורת (ממוצע 4.20) ונשים (ממוצע 4.20).

הקבוצות שייחסו חשיבות גבוהה למכוונות לנגישות התכנית לתלמידים (היבטים דידיקטיים) הן : מורים המלמדים לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" (ממוצע 4.26 מתוך 5), מורים

המלמדים בחינוך הערבי (ממוצע 4.25 מתוך 5), מורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של עשר שנים ומעלה (ממוצע 4.22 מתוך 5), ונשים (ממוצע 4.22 מתוך 5).

הקבוצות שייחסו חשיבות גבוהה למכוונות ליישומיות המקצוע הן: מורים בעלי ותק בהוראת המקצוע של עשר שנים ומעלה (ממוצע 4.37 מתוך 5), מורים המלמדים בחינוך הערבי (ממוצע 4.30 מתוך 5) ומורים המלמדים גם בחטי"ע (ממוצע 4.25 מתוך 5).

ה.3. הקשר בין משתני הרקע של מורים לבין עמדותיהם בנוגע לתכנית למודים עתידית

הקשר בין סוג הפיקוח לבין עמדות מורים בנוגע לתכנית למודים עתידית: בשל הפער בין מספר מורים שהשתייכו למגזרי החינוך השונים (53 מורים בחינוך הממלכתי, 7 מורים בחינוך הממלכתי-דתי ו-9 מורים בחינוך הערבי) אין משמעות לתוצאות של הפעלת פרוצדורות סטטיסטיות מתקדמות לתיאור השפעת סוג הפיקוח על הערכת אפשרות ההשגה של מטרות הוראת תקשורת.

הקשר בין משתני הרקע האחרים של מורים (הוראה בחטי"ע, ריכוז המקצוע, מין, ותק, השכלה, הוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" – כל אחד מהם בנפרד) לבין חשיבות העמדות שהובעו בנוגע לתכנית לימודים עתידית נבדק באמצעות ניתוח שונות רב-משתני – MANOVA. לא נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין ייחוס חשיבות לעמדות בנוגע לתכנית לימודים עתידית לבין הוראה בחטי"ע $F(2,61) = 1.677, p > .05$, Wilks' Lambda = .948; ריכוז המקצוע, Wilks' Lambda = .912, $F(2,61) = 2.951$, $p > .05$; מין, Wilks' Lambda = .987, $F(2,54) = 0.366$, $p > .05$; ותק, Wilks' Lambda = .940, $F(4,116) = 0.915$, $p > .05$; השכלה, Wilks' Lambda = .993, $F(2,54) = 0.191$, $p > .05$. נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין ייחוס חשיבות לעמדות כלפי תכנית עתידית לבין הוראה לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" Wilks' Lambda = .896, $F(2,61) = 3.541$, $p > .05$: מורים המלמדים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" הקנו לעמדות המכוונות לנגישות התכנית לתלמידים חשיבות רבה יותר ממורים שאינם מלמדים את התכנית, ומורים שאינם מלמדים את התכנית הקנו לעמדות הנוגעות למכוונות ליישומיות המקצוע, חשיבות רבה יותר ממורים המלמדים אותה.

ה.4. הוראת תקשורת כתחום לימוד נפרד או משולב

30 (42.9%) מורים ציינו שלדעתם יש ללמד תקשורת כתחום לימוד נפרד, 10 (14.3%) מורים ציינו שיש ללמד תקשורת כחלק אינטגרלי ממקצועות אחרים, ו-22 (31.4%) ציינו שיש ללמד תקשורת בשילוב של שתי האפשרויות. 8 (11.4%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

הצעות לתמהיל הוראת תקשורת כתחום נפרד או משולב בחומים אחרים

7 (10%) מורים סבורים כי יש ללמד 50% מתכנית הלימוד בתקשורת כתחום נפרד ו-50% ממנה במשותף עם מקצועות אחרים.

5 (7.1%) סבורים כי יש ללמד 60% מהתכנית כתחום נפרד ו-40% ממנה במשותף.

3 (4.3%) סבורים כי יש ללמד 70% מהתכנית כתחום נפרד ו-30% ממנה במשותף.
 3 (4.3%) סבורים כי יש ללמד 40% מהתכנית כתחום נפרד ו-60% ממנה במשותף.
 2 (2.9%) סבורים כי יש ללמד 80% מהתכנית כתחום נפרד ו-20% ממנה במשותף.
 מורה אחד (1.4%) סבור כי יש ללמד 90% מהתכנית כתחום נפרד ו-10% ממנה במשותף.
 מורה אחד נוסף (1.4%) סבור כי יש ללמד 15% מהתכנית כתחום נפרד ו-85% ממנה במשותף עם מקצועות אחרים. 48 (68.7%) מהמורים לא השיבו לשאלה.

ה. הוראת התקשורת בדגש עיוני או מעשי

3 (4.3%) מורים ציינו שיש ללמד תקשורת בדגש עיוני, 8 (11.4%) מורים ציינו שיש ללמד תקשורת בדגש מעשי, ו-48 (68.6%) ציינו שיש לשלב בין שתי האפשרויות. 11 (15.7%) מהמורים לא השיבו על שאלה זו.

הצעות לתמהיל הוראת תקשורת בדגש עיוני או מעשי

19 (27.1%) מורים סבורים כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 50% בדגש עיוני ו-50% בדגש מעשי.
 10 (14.3%) סבורים כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 60% בדגש עיוני ו-40% בדגש מעשי.
 7 (10%) סבורים כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 70% בדגש עיוני ו-30% בדגש מעשי.
 4 (5.7%) סבורים כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 40% בדגש עיוני ו-60% בדגש מעשי.
 4 (5.7%) סבורים כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 80% בדגש עיוני ו-20% בדגש מעשי.
 3 (4.3%) סבורים כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 30% בדגש עיוני ו-70% בדגש מעשי.
 מורה אחד (1.4%) סבור כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 20% בדגש עיוני ו-80% בדגש מעשי.
 מורה אחד נוסף (1.4%) סבור כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 25% בדגש עיוני ו-75% בדגש מעשי.
 ומורה אחד נוסף (1.4%) סבור כי על תמהיל הוראת תקשורת להיות 35% בדגש עיוני ו-65% בדגש מעשי.
 20 (28.6%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

ה. תמהיל בין לימודי תקשורת ללימודי קולנוע

32 (45.7%) מורים המליצו על לימודי תקשורת וקולנוע בתכנית אחת ו-25 (35.7%) מורים המליצו על הפרדת לימודי המקצוע לשתי תכניות נפרדות. 13 (18.6%) מורים לא השיבו על שאלה זו.

ו. השתלמויות מורים בנושאי תקשורת

בלוח 33 שלהלן מופיעים הגופים שהעבירו השתלמויות בנושאי תקשורת, שמורים השתתפו בהן.

לוח 33: גופים שהעבירו השתלמויות בתקשורת [שאלה פתוחה]

גופים שהעבירו השתלמויות בתקשורת N תשובות = 39, N עונים = 34	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
משרד החינוך, מפמ"ר	19	48.7	55.9
אוניברסיטת חיפה, אוניברסיטת ת"א, האוניברסיטה הפתוחה, מכללת אורנים	8	20.5	23.5
בית רוטנברג (חיפה)	3	7.7	8.8
הסתדרות המורים	3	7.7	8.8
רשת אורט	2	5.1	5.9
הטלוויזיה החינוכית	1	2.6	2.9
רשת עמל	1	2.6	2.9
קרן קרב	1	2.6	2.9
סינמטק	1	2.6	2.8

מלוח 33 עולה כי כ-56% מהמורים השתתפו בהשתלמות בנושא מטעם משרד החינוך, מפמ"ר, כ-24% מהמורים השתתפו בהשתלמות בתקשורת מטעם אוניברסיטאות או במכללת אורנים, כ-9% השתתפו בהשתלמות מטעם בית רוטנברג, או הסתדרות המורים.

בלוח 34 שלהלן מופיעים נושאי ההשתלמויות בתקשורת שמורים השתתפו בהן.

לוח 34: נושאי השתלמויות בתקשורת [שאלה פתוחה]

נושאי השתלמויות בתקשורת N תשובות = 28, N עונים = 25	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
לימודי קולנוע: קולנוע מעשי/הקולנוע כמשקף ערכים ומציאות/קולנוע דוקומנטרי/קולנוע ופרסום/עריכה בקולנוע	10	35.7	40.0
תקשורת וחברה/תקשורת המונים	6	21.4	24.0
רדיו	3	10.7	12.0
האתיקה העיתונאית/אמינות בתקשורת, עיתונאות	3	10.7	12.0
הדרכה מחוזית/רכזי מדיה (כללי)	2	7.1	8.0
סדנה לתקשורת בין-אישית	2	7.1	8.0
צפייה ביקורתית	1	3.6	4.0
תקשורת דתית	1	3.6	4.0

מלוח 34 עולה כי כ-40% מהמורים השתלמו בלימודי קולנוע מסוגים שונים, כ-24% מהמורים השתלמו בנושא של תקשורת וחברה, כ-12% מהמורים השתלמו בתחום הרדיו או בנושא האתיקה העיתונאית.

קשר עם הפיקוח על לימודי התקשורת: 22 (31.4%) מהמורים ציינו שהיו בקשר רופף עם הפיקוח על הוראת התקשורת והקולנוע, 21 (30%) מהמורים ציינו שהיו בקשר משמעותי עם הפיקוח, 20 (28.6%) מהמורים ציינו שכלל לא היו בקשר עם הפיקוח, ומורה אחד (1.4%) ציין שפנה בעצמו לפיקוח. 6 (8.6%) מורים לא השיבו על השאלה.

ז. היבטים ייחודיים בהוראת תקשורת

המורים נתבקשו לציין את ההיבטים הייחודיים של הוראת התקשורת האופייניים לסוג החינוך שהם משתייכים אליו. בלוח 35 שלהלן מופיעה התפלגות התשובות לפי סוג החינוך.

לוח 35: היבטים ייחודיים להוראת התקשורת לפי סוג החינוך [שאלה פתוחה]

היבטים ייחודיים	החינוך הממלכתי $N = 6$	החינוך הממלכתי-דתי $N = 2$	החינוך הערבי $N = 3$
דגש על דמוקרטיה ועידוד למעורבות של תלמידים, פתיחות ופולרליזם	3	-	1
סינון תכנים מנקודת מבט דתית / עיצוב תכנים דתיים בקולנוע ובטלוויזיה	-	2	-
עידוד וטיפול של היצירותיות	1	-	-
דגש על אקטואליה	1	-	-
שילוב של מחשבת ישראל וקולנוע	1	-	-
תקשורת רב תרבותית, העוסקת בקולנוע ישראלי ובקולנוע ערבי	-	-	1
השפעת התרבות הישראלית על התרבות הערבית כפי שהיא משתקפת דרך אמצעי התקשורת	-	-	1

מלוח 35 עולה כי מורים בחינוך הממלכתי ציינו את ההיבטים האלה כייחודיים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי: דגש על דמוקרטיה, עידוד מעורבות של תלמידים, פתיחות ופולרליזם (3 מורים), עידוד וטיפול של היצירותיות, דגש על אקטואליה, ושילוב של מחשבת ישראל וקולנוע (מורה אחד לכל היבט).

מורים בחינוך הממלכתי-דתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בהוראת התקשורת בחינוך הממלכתי-דתי הם: סינון תכנים מנקודת מבט דתית ועיצוב תכנים דתיים בקולנוע ובטלוויזיה (2 מורים).

מורים בחינוך הערבי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בדרך הוראת תקשורת בחינוך הערבי הם: דמוקרטיה, פתיחות ופולרליזם, תקשורת רב תרבותית העוסקת בקולנוע ישראלי ובקולנוע ערבי, וההתייחסות להשפעת התרבות הישראלית על התרבות הערבית, כפי שהיא משתקפת דרך אמצעי התקשורת (מורה אחד לכל היבט).

סתירה בין הוראת תקשורת לבין סוג החינוך

לשאלה – האם רואים המורים סתירה בין הוראת תקשורת לבין סוג החינוך השיב מורה מן החינוך הממלכתי כי אין סתירה אולם הוא חש שחסרה "הזדהות ואמונה במקצוע", מורה מן החינוך הממלכתי-דתי ציין כי אין בטלוויזיה התייחסות להיבט הדתי, מורה מן החינוך הערבי ציין כי כאשר דנים בחופש הביטוי "צץ העניין של הפחד מלהסתבך עם השלטונות", ומורה נוסף מן החינוך הערבי ציין כי "כאשר מלמדים על הטלוויזיה הישראלית אנחנו לא מבינים את משמעות הדברים כי אנחנו מתרבות אחרת".

זמינות חומרי למידה בשפה הערבית: בלוח 36 שלהלן מתוארת חוות דעתם של המורים בנוגע לחומרי לימוד ולחומרי הדרכה במגזר הערבי.

לוח 36: חוות דעת בנוגע לזמינות חומרי למידה וחומרי הדרכה במגזר הערבי

זמינות לחומרי למידה ולחומרי הדרכה במגזר הערבי	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים	$N = 15$, $N = 8$ עונים
לא כל ההפקות מתורגמות, אין סרטים מתורגמים, אין ספרי לימוד בערבית, התרגום לא תמיד משביע רצון	46.7	87.5	7
אין חומרי הדרכה, הסרטים מיושנים	33.3	62.5	5
חסרים אנשי מקצוע	6.7	12.5	1
חסר אתר בנושא, לדוברי ערבית	6.7	12.5	1
קיים מחסור בציוד ובמשאבים	6.7	12.5	1

מלוח 36 עולה כי כ-88% מהמורים המשתייכים למגזר הערבי סבורים שחסרים חומרי לימוד מתורגמים: הפקות, סרטים וספרי לימוד, או שהתרגום אינו משביע רצון. כ-63% מהמורים סבורים שחסרים חומרי הדרכה ושהסרטים מיושנים.

2. שאלון למנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת¹⁸

א. מאפייני המשיבים ומאפייני בית הספר

במחקר השתתפו 69 מנהלים: 25 מנהלים ו-44 מנהלות.

התפלגות המשיבים לפי השכלה: 21 (30.4%) מנהלים הם בעלי תואר ראשון, 41 (59.5%) הם בעלי תואר שני, ו-7 (10.1%) מנהלים – בעלי תואר שלישי.

התפלגות המשיבים לפי סוג פיקוח: 51 (73.9%) מנהלים השתייכו לחינוך הממלכתי, 5 (7.2%) מנהלים השתייכו לחינוך הממלכתי-דתי ו-13 (18.9%) מנהלים השתייכו לחינוך הערבי.

התפלגות המשיבים לפי מחוז: 10 (14.7%) מנהלים השתייכו למחוז הדרום, 13 (19.1%) מנהלים השתייכו למחוז חיפה, 8 (11.8%) מנהלים השתייכו למחוז ירושלים (כולל מנח"י), 13 (19.1%) מנהלים השתייכו למחוז מרכז, 19 (27.9%) מנהלים השתייכו למחוז צפון, ו-5 (7.4%) מנהלים השתייכו למחוז תל אביב.

¹⁸ ראו נספח ב, סעיף 2.

התפלגות המשיבים לפי ותק כולל בניהול: מנהל אחד (1.4%) דיווח שזו שנתו הראשונה בניהול, 20 (29.4%) מנהלים דיווחו שהם בעלי ותק של בין שנתיים לחמש שנים בניהול, 22 (32.4%) היו בעלי ותק של בין שש לתשע שנים בניהול, ו-23 (33.9%) מנהלים - בעלי ותק ניהולי של מעל עשר שנים. 2 (2.9%) מנהלים לא השיבו על שאלה זו.

התפלגות המשיבים לפי ותק בתפקידם הנוכחי: 3 (4.3%) מנהלים דיווחו שזו שנתם הראשונה בתפקידם הנוכחי, 25 (36.3%) היו בעלי ותק של בין שנתיים לחמש שנים בתפקידם הנוכחי, 23 (33.3%) – בעלי ותק של בין שש לתשע שנים בתפקידם הנוכחי, ו-18 (26.1%) מנהלים - בעלי ותק ניהולי של מעל לעשר שנים. מנהל אחד משמש גם כמורה לתקשורת בבית הספר שהוא מנהל.

התפלגות בתי הספר לפי גודלם: ב-11 (15.9%) בתי ספר לומדים עד 400 תלמידים, ב-32 (46.4%) בתי ספר לומדים בין 400 ל-700 תלמידים, ב-14 (20.3%) בתי ספר לומדים בין 700 ל-1000 תלמידים וב-12 (17.4%) בתי ספר לומדים יותר מ-1000 תלמידים.

התפלגות בתי הספר לפי ותק בהוראת תקשורת/קולנוע: ב-6 (8.7%) בתי ספר מלמדים תקשורת זו השנה הראשונה, ב-32 (46.5%) מלמדים תקשורת בין שנתיים לחמש שנים, ב-23 (33.3%) מלמדים תקשורת בין שש לעשר שנים וב-7 (10.1%) מלמדים תקשורת למעלה מעשר שנים. בית ספר אחד (1.4%) לא מסר מידע על הוותק בהוראת המקצוע בו.

התפלגות בתי הספר לפי מספר המורים לתקשורת: 41 (59.4%) מנהלים ציינו כי בבית ספרם יש מורה אחד לתקשורת, 22 (31.9%) מהם ציינו כי בבית ספרם יש שני מורים לתקשורת, 2 (2.9%) מהם ציינו כי בבית ספרם יש שלושה מורים לתקשורת ומנהל אחד (1.5%) ציין כי בבית ספרו יש ארבעה מורים לתקשורת. 3 (4.3%) מנהלים לא ידעו להשיב על השאלה.

ב. יישום תכנית הלימודים

ב.1. תכנית ההוראה

בתי ספר שונים מלמדים תקשורת לפי תכניות שונות. בלוח 37 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחות של התכניות השונות.

לוח 37: תכניות הלימוד בתקשורת

תכניות הלימוד בתקשורת $N=80$, $N=69$ עונים	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" ¹	24	30.0	34.8
תכנית ייחודית בית-ספרית	23	28.8	33.3
תכנית שנבנתה על ידי המורה	12	15.0	17.4
התכנית "תרבות, חברה, יחיד"	9	11.3	13.0
שילוב תכניות	5	6.3	7.2
תכנית חיצונית מוגדרת	2	2.5	2.9
לא יודע	5	6.3	7.2

1. מנהלים שצינו שלימודי התקשורת מתקיימים על-פי תכנית ייחודית במסגרת תל"ן, דיווחו כי הגופים המממנים הם הורי התלמידים ו"קרן קרב" (אזכור אחד לכל גוף).

מלוח 37 עולה כי תכניות הלימוד העיקריות בתקשורת הן "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", (כ-35% מהמנהלים ציינו זאת); תכנית ייחודית בית-ספרית בנושא תקשורת (כ-33% מהמנהלים); תכנית שנבנתה על ידי המורה (כ-12.1% מהמנהלים), ותכנית "תרבות, יחיד, חברה" (כ-13% מהמנהלים).

יש לציין כי בשבעה בתי ספר דיווחו המנהלים כי נלמדת אצלם תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" אולם מידע זה לא אושר על ידי מורים. עיון מפורט בשאלוני מנהלים בבתי הספר ה"בלתי מתואמים" העלה כי ב-3 בתי ספר דיווחו המנהלים על יותר ממורה אחד שמלמד תקשורת (כלומר, ייתכן שהמורה שמילא את שאלון המורים היה זה שאינו מלמד את התכנית); ב-3 בתי ספר (שלגביהם דיווח המנהל שיש רק מורה אחד לתקשורת), דיווחו המורים על הוראת תכנית שנבנתה על ידם (בדגש עיוני או מעשי) ולא מילאו את החלק בשאלון המתייחס לתכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע". בבית ספר נוסף (שלגביו דיווח המנהל שיש רק מורה אחד לתקשורת), מורה אחד דיווח על הוראת התקשורת לפי תכנית חיצונית (השייכת לחינוך הטכנולוגי).

כלומר, בחישוב משולב, מתוך 80 בתי הספר שהשתתפו במחקר (הכוללים 55 בתי ספר שמהם התקבלו שאלוני מנהלים + מורים, 14 בתי ספר שמהם התקבלו רק שאלוני מנהלים, 11 בתי ספר שמהם התקבלו רק שאלוני מורים, ו-4 בתי ספר שמהם התקבלו שאלונים משני מורים), מלמדים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", באופן מלא או חלקי, 34 בתי ספר¹⁹ – כלומר כ-43% מבתי הספר שהשתתפו במחקר.

2.2. היכרות עם תכנית הלימודים

33 (47.8%) מנהלים ציינו כי הם מכירים את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", 30 (43.5%) מנהלים ציינו כי אינם מכירים את התכנית ו-6 (8.7%) מנהלים לא השיבו על שאלה זו.

3.2. פעולות מעשיות בתחום התקשורת והקולנוע

המנהלים נתבקשו לפרט מהן הפעולות המעשיות בתחום התקשורת המתקיימות בבית הספר. בלוח 38 שלהלן מפורטות הפעילויות.

¹⁹ לא נלקחו בחשבון זה בתי הספר שבהם תשובות המורים לא התאימו לתשובות התלמידים, למעט שלושת בתי הספר שלגביהם דיווחו המנהלים על קיומו של יותר ממורה אחד לתקשורת.

לוח 38: פעולות מעשיות בתחום התקשורת והקולנוע

פעולות מעשיות בתחום התקשורת והקולנוע N תשובות = 205, N עונים = 66	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
עיתון בית-ספרי בהוצאת התלמידים ¹	51	24.9	77.3
עשייה בתחום הקולנוע/ הווידיאו	42	20.5	63.6
הפעלת אתר אינטרנט בית-ספרי	38	18.5	57.6
אירועים בית-ספריים מיוחדים בנושאים הנוגעים לתקשורת	35	17.1	53.0
הפעלת רדיו בית-ספרי	30	14.6	45.5
צילום סטילס	4	2.0	6.1
השתתפות בשידורי הערוץ הקהילתי	3	1.5	4.5
ימי מוקד שכבתיים שכוללים תכנים בתקשורת	1	0.5	1.5
טלוויזיה במעגל סגור	1	0.5	1.5

1. תדירות הוצאת העיתון, כפי שדווח על ידי שני מנהלים, היא 3 פעמים בשנה.

מלוח 38 עולה כי כ-77% מהמנהלים ציינו שהתלמידים מוציאים לאור עיתון בית-ספרי לפחות מספר פעמים בשנה, כ-64% מנהלים ציינו שמתקיימת בבית ספרם עשייה בתחום הקולנוע/ הווידיאו, וכ-58% מהמנהלים ציינו שלבית ספרם יש אתר אינטרנט.

ב.4. מה צריכים לכלול לימודי תקשורת/קולנוע בחטיבת הביניים?

בלוח 39 שלהלן מופיעות דעות המנהלים לגבי תכנים ודרכי הוראה שרצוי לכלול בלימודי התקשורת בחטיבת הביניים.

לוח 39: מה צריכים לכלול לימודי תקשורת/קולנוע בחטיבת הביניים? [שאלה פתוחה]

מה צריכים לכלול לימודי התקשורת/הקולנוע בחטיבת הביניים?	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
תכנים			94.4
צריכה נבונה/ביקורתית/העלאת המודעות למסרי שכנוע למניפולציות תקשורתיות	31	26.5	57.4
לימוד צילום ועשייה קולנועית	12	10.3	22.2
לימודים מעשיים (כללי)	11	9.4	20.4
רקע בסיסי/מושגי יסוד בתקשורת	11	9.4	20.4
תפקידי תקשורת ההמונים בחברה/בחברה דמוקרטית/הבנת מפת התקשורת בארץ	10	8.5	18.5
עידוד מעורבות ונקיטת עמדה תוך סובלנות/עידוד חופש הביטוי	5	4.3	9.3
התמודדות עם אקטואליה בכלי התקשורת	4	3.4	7.4

לוח 39 (המשך)

מה צריכים לכלול לימודי התקשורת/ הקולנוע בחטיבת הביניים?			
אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	N תשובות = 117, N עונים = 54
7.4	3.4	4	לימודי רדיו
5.6	2.6	3	לימודי עיתונאות: כללי/שולחן עריכה/הוצאת עיתון
5.6	2.6	3	לימודי טלוויזיה/הכנת תחקירים
1.9	0.9	1	כתיבה יוצרת
35.2			דרכי הוראה
24.1	11.1	13	סדנאות העשרה/פגישות עם אנשי מקצוע
13.0	6.0	7	ימי עיון/ הרצאות
1.9	0.9	1	שילוב לימודי תקשורת ומקצועות אחרים
1.9	0.9	1	עבודה מעשית בזיקה לקהילה

מלוח 39 עולה כי לימודי התקשורת בחטיבת הביניים צריכים לכלול, לדעת מנהלים, ברמת התכנים (כ-94% מהמנהלים): בעיקר צריכה נבונה של אמצעי התקשורת (כ-57% מהמנהלים), וברמת דרכי ההוראה; (כ-35% מהמנהלים), בעיקר סדנאות העשרה ופגישות עם אנשי מקצוע בתחום (כ-24% מהמנהלים).

ב.5. הוראת תקשורת כתחום לימוד נפרד או כחלק מתחומי לימוד קיימים

49 (71%) מנהלים ציינו כי לדעתם רצוי ללמד תקשורת בחטיבות הביניים כתחום לימוד נפרד, 19 (27.6%) מנהלים ציינו כי לדעתם רצוי ללמד תקשורת כחלק מתחומי לימוד קיימים. מנהל אחד (1.4%) לא השיב על שאלה זו.

ב.6. הוראת תקשורת בדגש עיוני או מעשי

11 (15.9%) מנהלים סבורים שיש ללמד תקשורת בחטיבות הביניים בדגש עיוני, 7 (10.2%) מנהלים ציינו שיש ללמד תקשורת בחטיבות הביניים בדגש מעשי, ו-51 (73.9%) מנהלים סבורים שיש ללמד תקשורת תוך איזון בין הפן העיוני לפן המעשי.

ב.7. תקשורת כמקצוע חובה

44 (63.8%) מנהלים סבורים שיש להפוך את מקצוע התקשורת בחטיבות הביניים למקצוע חובה, 24 (34.8%) מנהלים סבורים שאין להפוך את מקצוע התקשורת בחטיבות הביניים למקצוע חובה. מנהל אחד (1.4%) לא השיב על שאלה זו.

ב.8. שיקולי בחירה בהוראת תקשורת

בלוח 40 שלהלן מופיעים שיקולי המנהלים באשר לבחירת נושאים ללימודי תקשורת בבית ספרם.

לוח 40: שיקולי בחירה בהוראת תקשורת

שיקולי בחירה בהוראת תקשורת N תשובות = 126, N עונים = 59	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
הכרה בחשיבות הנושא, מקצוע שמאפשר למידה בין-תחומית	48	38.1	81.4
"אני מאמין" בית-ספרי	36	28.6	61.0
אטרקטיביות בעיני הנרשמים לבית הספר	19	15.1	32.2
זהו רצון התלמידים	11	8.7	18.6
מורה מתאים ללימודי תקשורת/מורה ששכנע את המנהל שיש ללמד את הנושא בבית הספר	5	4.0	8.5
מימון חיצוני	4	3.2	6.8
אפשרות ללימודי המשך בחטי"ע	3	2.4	5.1

מלוח 40 עולה כי כ-81% מהמנהלים ציינו שבחרו את לימודי התקשורת בבית ספרם משיקולי הכרה בחשיבות הנושא ובשל היותו מקצוע המאפשר למידה בינתחומית, כ-61% מהמנהלים ציינו שבחרו את לימודי התקשורת משיקולי "אני מאמין" בית-ספרי, וכ-32% מהמנהלים ציינו שבחרו בלימודי תקשורת משיקולי אטרקטיביות הנושא בעיני הנרשמים לבית הספר.

9.2. חשיבות הוראת תקשורת בעיני המנהלים

בלוח 41 שלהלן מופיעים הסברי המנהלים בנוגע לחשיבות הוראת תקשורת בחטיבות הביניים.

לוח 41: חשיבות הוראת תקשורת בחטיבות הביניים [שאלה פתוחה]

חשיבות הוראת תקשורת בחטיבות הביניים N תשובות = 94, N עונים = 62	שכיחות	אחוז מתוך התשובות	אחוז מתוך העונים
הלימודים יתרמו לפיתוח תלמיד שידע לצרוך תקשורת בצורה מושכלת/להתמודד עם מה שהתקשורת מציגה	35	37.2	56.5
היכרות עם עוצמתה של התקשורת/הגיוון/הפריסה הרחבה שלה/מרכזיותה בחיים הציבוריים	20	21.3	32.3
השתתפות בחיים החברתיים/היכרות עם החברה הישראלית ומעורבות בה/חינוך לאזרחות ולדמוקרטיה	18	19.1	29.0
הלימודים מאפשרים לתלמידים לבטא את עצמם/מסייעים לעיצוב אישיות חזקה וחברותית	11	11.7	17.7
התכנית נוגעת בתחומי ידע בסיסיים שתלמיד חטיבת הביניים חייב ללמוד ולהכיר/העשרה/הרחבת אופקים/פיתוח טעם אומנותי	8	8.5	12.9
מאפשר גיוון בלמידה/מסייע בהצגת נושאים מסוימים בצורה אטרקטיבית	2	2.1	3.2

מלוח 41 עולה כי כ-57% מהמנהלים ציינו שחשוב ללמד תקשורת בחטיבת הביניים כדי לפתח תלמיד שידע לצרוך תקשורת בצורה מושכלת. כ-32% מהמנהלים ציינו שחשוב ללמד תקשורת כדי להיות מודע לעוצמתה של התקשורת ולמרכזיותה בחיים הציבוריים, וכ-29% מהמנהלים

ציינו שחשוב ללמד תקשורת לצורך הגברת ההשתתפות בחיים החברתיים בישראל והכרת החברה הישראלית.

ג. מטרות בהוראת תקשורת

בפני המנהלים הוצגו המטרות האלה של הוראת התקשורת, כפי שנוסחו על בסיס מטרות התכנית הרשמית:

1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי).
2. לפתח את הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים.
3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית.
4. לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם).
5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות.
6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת.
7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת.
8. להקנות הבנה של יחסי ממסד-תקשורת.
9. לערוך היכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע, רדיו, אינטרנט וכיו"ב).
10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת.
11. לערוך היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים).
12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה.
13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של מציאות.

המנהלים התבקשו לציין את חשיבותה של כל מטרה בעיניהם, בבחירה מתוך סולם של חמש דרגות: (1) המטרה כלל לא חשובה; (2) המטרה חשובה במידה מועטה; (3) המטרה חשובה במידה בינונית; (4) המטרה חשובה במידה רבה; (5) המטרה חשובה במידה רבה מאוד. להלן מובאים העיבודים הסטטיסטיים שנערכו לתשובות ותוצאותיהם²⁰.

1.1. חשיבות מטרות הוראת התקשורת בעיני המנהלים

בלוח 42 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחויות של תשובות המנהלים בסדר יורד.

²⁰ מאחר שניתוח גורמים לא העלה חלוקה מובהקת של תוכני המטרות, אנו מביאים את רשימת המטרות ללא סיווג משנה.

לוח 42 : מידת החשיבות של מטרות לימודי התקשורת (באחוזים), ממוצעים וסטיית תקן

תוכן הפריט	כלל לא חשובה	חשובה מעטה	חשובה במידה בינונית	חשובה במידה רבה	חשובה במידה רבה מאוד	1+2	4+5	N	ממוצע	ס"ת
	1	2	3	4	5					
1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי אסתטי וערכי)	-	-	-	18.8	81.2	-	100	69	4.81	0.39
3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית	-	-	5.8	23.2	71.0	-	94.2	69	4.65	0.59
10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת	-	-	8.8	32.4	58.8	-	91.2	68	4.50	0.66
12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה	-	2.9	10.3	22.1	64.7	2.9	86.8	68	4.49	0.80
4. לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם)	-	-	13.0	34.8	52.2	-	87.0	69	4.39	0.71
5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות	-	-	11.9	47.8	40.3	-	88.1	67	4.28	0.67
13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף נייטרלי של מציאות	-	3.0	11.9	47.8	37.3	3	85.1	67	4.19	0.76
6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת	-	1.5	17.6	47.1	33.8	1.5	80.9	68	4.13	75
7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת	1.5	-	23.5	41.2	33.8	1.5	75.0	68	4.06	0.84

לוח 42 (המשך)

תוכן הפריט	כלל לא חשובה	חשובה במידה מעטה	חשובה במידה בינונית	חשובה במידה רבה	חשובה במידה רבה מאוד	1+2	4+5	N	ממוצע	ס"ת
2. לפתח את הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים	-	3.0	22.4	43.3	31.3	3	74.6	67	4.03	0.82
9. לערוך היכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע, רדיו, אינטרנט וכיו"ב)	1.5	-	22.1	49.9	26.5	1.5	76.5	68	4.00	0.79
8. להקנות הבנה של יחסי ממשד-תקשורת	-	2.9	27.9	47.1	22.1	2.9	69.1	68	3.88	0.78
11. לערוך היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים)	1.5	14.7	44.1	26.5	13.2	16.2	39.7	68	3.35	0.94

הערה: למנהלים ניתנה אפשרות להוסיף מטרות שלא נכללו בשאלון: מנהל אחד ציין שיש לפתח הזדהות הומניטרית אוניברסלית, מנהל אחד ציין שיש לפתח אישיות של קורא-שומע-רואה ואזרח חכם, מנהל אחד ציין שיש לבחון אם התקשורת יוצרת מציאות או מדווחת על מציאות.

מלוח 42 עולה כי המטרות החשובות יחסית בעיני המנהלים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "חשובה במידה רבה" ו"חשובה במידה רבה מאוד") הן: לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (100% מהמנהלים), לפתח מודעות והערכה כלפי תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית (כ-94% מהמנהלים), ולפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת שונה באמצעות חשיפה לתקשורת (כ-91% מהמנהלים). המטרה החשובה פחות (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא חשובה" ו"חשובה במידה מעטה") היא היכרות עם מפת התקשורת בישראל (כ-16% מהמנהלים).

הציון הממוצע של חשיבות מטרות הוראת תקשורת בעיני המנהלים הוא 4.22 (כלומר מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים המנהלים למטרות הוראת המקצוע רבה עד רבה מאוד). מאחר שלא קיימות בשלב זה נורמות של ייחוס חשיבות למטרות הוראת תקשורת, יש לראות בתוצאות אלה תוצאות יחסיות בלבד. כך, אף שטווח הסולם ידוע (1-5) וגם כיוון הציון המתקבל ידוע (ככל שהציון גבוה יותר כך גבוהה החשיבות המוקנית למטרה זו או אחרת), אין ציון מסוים המגדיר את מידת החשיבות כגבוהה או כנמוכה, באופן מוחלט אלא באופן יחסי.

בלוח 43 שלהלן מופיעים הציונים הממוצעים של חשיבות המטרות בעיני המנהלים לפי משתני רקע.

לוח 43: ממוצעים וסטיות תקן של ציוני חשיבות המטרות של הוראת תקשורת לפי משתני רקע

חשיבות המטרות			משתני רקע
ס"ת	ממוצע	N	
0.40	4.22	69	כלל המדגם
פיקוח			
0.37	4.28	51	חינוך ממלכתי
0.31	3.87	5	חינוך ממלכתי-דתי
0.45	4.14	13	חינוך ערבי
מין			
0.40	4.09	25	גברים
0.38	4.30	44	נשים
השכלה			
0.40	4.33	21	תואר ראשון
0.38	4.20	41	תואר שני
0.43	4.05	7	תואר שלישי
ותק בניהול כללי			
0.38	4.26	21	שנה עד חמש שנים
0.33	4.23	22	שנתיים עד חמש שנים
0.47	4.19	65	שש שנים ומעלה
ותק בניהול בית הספר הנוכחי			
0.37	4.23	28	שנה עד חמש שנים
0.35	4.30	23	שש עד תשע שנים
0.47	4.11	18	עשר שנים ומעלה
גודל בית הספר			
0.35	4.26	43	עד 400 תלמידים
0.47	3.98	14	400 עד 700 תלמידים
ותק בהוראת התקשורת בבית הספר			
0.41	4.23	38	עד חמש שנים
0.36	4.24	30	מעל חמש שנים

מלוח 43 עולה כי הקבוצות שבעיניהן מטרות הוראת התקשורת חשובות יחסית הן: מנהלים שבבית ספרם לומדים מעל 700 תלמידים (ממוצע 4.37 מתוך 5), מנהלים בעלי תואר ראשון (ממוצע 4.33) ומנהלים בעלי ותק בניהול בית הספר הנוכחי, של שש עד תשע שנים (ממוצע 4.30).

2.ג. הקשר בין משתני הרקע של המנהלים לבין החשיבות שייחסו למטרות הוראת תקשורת
 הקשר בין סוג הפיקוח לבין מידת החשיבות שיוחסה למטרות הוראת תקשורת: בשל הפער בין מספר המנהלים שהשתייכו לסוגי החינוך השונים (51 מנהלים בחינוך הממלכתי, 5 מנהלים בחינוך הממלכתי-דתי ו-9 מנהלים בחינוך הערבי), אין משמעות לתוצאות של הפעלת פרוצדורות

סטטיסטיות מתקדמות לתיאור השפעת סוג הפיקוח על החשיבות המיוחסת למטרות הוראת המקצוע.

הקשר בין משתני הרקע האחרים של המנהלים (מין, השכלה, ותק בניהול [כללי], ותק בניהול בית הספר הנוכחי, גודל בית הספר, ותק בהוראת התקשורת בבית הספר), לבין מידת החשיבות שיוחסה למטרות הוראת המקצוע, נבדק באמצעות ניתוח שונות חד-משתני ANOVA או *t test*. לא נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין מידת החשיבות שיוחסה למטרות הוראת המקצוע לבין: השכלה, $F(2,66) = 1.466, p > .05$; ותק כללי בניהול $F(2,65) = 0.197, p > .05$; ותק בניהול בית הספר הנוכחי $F(2,66) = 1.181, p > .05$; ותק בהוראת תקשורת בבית הספר $t(66) = 0.93, p > .05$. נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין מידת החשיבות שיוחסה למטרות הוראת המקצוע לבין: מין, $t(67) = 2.181, p > .05$. מנהלות ייחסו למטרות הוראת התקשורת חשיבות רבה יותר ממנהלים; וכן לבין גודל בית הספר $t(66) = 3.860, p > .05$. מנהלים שבבית ספרם מעל 700 תלמידים ייחסו למטרות הוראת תקשורת חשיבות רבה יותר ממנהלים שבבית ספרם בין 400 ל-700 תלמידים²¹.

3.3. השגת מטרות הוראת תקשורת בבית הספר

מנהל אחד (1.4%) סבור כי מטרות הוראת התקשורת אינן מושגות כלל בבית הספר שהוא מנהל, 40 (58%) מנהלים סבורים שחלק מהמטרות מושגות בבית הספר שהם מנהלים, 26 (37.7%) מנהלים סבורים שמרבית המטרות מושגות בבית הספר שהם מנהלים, ו-2 (2.9%) מנהלים לא השיבו על שאלה זו.

המטרות שהושגו (פירוט)

בלוח 44 שלהלן מפורטות המטרות הספציפיות שהמנהלים ציינו כמטרות שהושגו בבית ספרם.

לוח 44: המטרות שהושגו בבית הספר

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	המטרות שהושגו בבית הספר $N = 107$, עונים = 25
56.0	13.1	14	1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי)
48.0	11.2	12	4. לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם)
48.0	11.2	12	12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמול
40.0	9.3	10	3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית

²¹ הבדל נחשב מובהק כאשר: $p < .05$.

לוח 44 (המשך)

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	המטרות שהושגו בבית הספר $N = 107$, עונים = 25
40.0	9.3	10	5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות
40.0	9.3	10	13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של מציאות
36.0	8.4	9	7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת
36.0	8.4	9	10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת
32.0	7.5	8	2. לפתח את הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים
28.0	6.5	7	9. לערוך היכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע, רדיו, אינטרנט וכיו"ב)
12.0	2.8	3	8. להקנות הבנה של יחסי ממשד-תקשורת
8.0	1.9	2	6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת

מלוח 44 עולה כי המטרות שהושגו במידה הרבה ביותר היו: פיתוח כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (כ-56% מהמנהלים ציינו כי מטרה זו הושגה), עידוד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (כ-48% מהמנהלים), ופיתוח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה (כ-48% מהמנהלים ציינו כי המטרה הושגה).

ד. יעדים בהוראת תקשורת

בפני המנהלים הוצגו יעדים ספציפיים אלה, שנגזרו ממטרות הוראת המקצוע:

1. הבנת הדקדוק והתחביר סוגות (ז'אנרים) השונות.
2. צריכה מושכלת של תקשורת.
3. פיתוח הבנה של תהליכי ההפקה של תוצרי תקשורת שונים.
4. ניתוח מסרי שכנוע בתקשורת וקישורים להתנהגות צרכנית.
5. השוואה של ייצוגים בתחומי המדיה השונים.
6. הבנת התקשורת כתעשייה מקומה בחברה.
7. זיהוי ערכים העולים מתוך תוצרי תקשורת.
8. פיתוח היכולת להבחין בין מציאות לבין פרשנותה.

ד.1. חשיבות יעדי הוראת התקשורת בעיני המנהלים

המנהלים התבקשו לציין את חשיבותו של כל יעד בעיניהם, בבחירה מתוך סולם של חמש דרגות: (1) היעד כלל לא חשוב; (2) היעד חשוב במידה מועטה; (3) היעד חשוב במידה בינוני; (4) היעד

חשוב במידה רבה; (5) היעד חשוב במידה רבה מאוד. להלן מובאים העיבודים הסטטיסטיים שנערכו לתשובות ולתוצאותיהן²².

בלוח 45 שלהלן מופיעה התפלגות השכיחויות של תשובות המנהלים בסדר יורד.

לוח 45 : מידת החשיבות של יעדי הוראת התקשורת (באחוזים) ממוצעים וסטיית תקן

תוכן הפריט	כלל לא חשובה	1	2	3	4	5	חשובה		ס"ת	
							במידה רבה מעטה	במידה רבה מאוד		
		1	2	3	4	5	4+5	1+2	ממוצע	N
1. הבנת הדקדוק והתחביר בסוגות (ז'אנרים) השונות	4.7	14.1	37.4	31.3	12.5		43.8	18.8	3.33	64
2. צריכה מושכלת של תקשורת			4.7	32.8	62.5		95.3		4.58	64
3. פיתוח הבנה של תהליכי ההפקה של תוצרי תקשורת שונים	1.5	6.2	32.3	47.7	12.3		60.0	7.7	3.63	65
4. ניתוח מסרי שכנוע בתקשורת וקישורם להתנהגות צרכנית			15.3	47.4	37.3		84.7		4.22	59
5. השוואה של ייצוגים בתחומי המדיה השונים	1.6	6.3	34.9	46.1	11.1		57.2	7.9	3.59	63
6. הבנת התקשורת כתעשייה, מקומה בחברה	6.6		21.3	39.3	32.8		72.1	6.6	3.98	61
7. זיהוי ערכים העולים מתוך תוצרי תקשורת	1.5	10.6	34.8	53.1			87.9	1.5	4.39	66
8. פיתוח היכולת להבחין בין מציאות לבין פרשנותה			6.6	32.8	60.6		93.4		4.54	61

מלוח 45 עולה כי היעדים החשובים יחסית בעיני המנהלים (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "חשוב במידה רבה" ו"חשוב במידה רבה מאוד") הם: צריכה מושכלת של תקשורת (כ-95% מהמנהלים) ופיתוח היכולת להבחין בין מציאות לבין פרשנותה (כ-93% מהמנהלים). היעד החשוב פחות (הציון המשולב הגבוה ביותר לבחירה של "כלל לא חשוב" ו"חשוב במידה מעטה") הוא הבנת הדקדוק והתחביר בסוגות (ז'אנרים) שונות (כ-19% מהמנהלים).

הציון הממוצע של חשיבות היעדים של הוראת התקשורת בעיני המנהלים הוא 4.03 (כלומר מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים מנהלים ליעדי הוראת המקצוע רבה עד רבה מאוד). מאחר שלא קיימות בשלב זה נורמות של ייחוס חשיבות ליעדי הוראת תקשורת, יש לראות בתוצאות אלה תוצאות יחסיות בלבד. כך, אף שהלוח (1-5) וגם כיוון הציון המתקבל ידוע (ככל שהציון גבוה יותר כך גבוהה החשיבות המוקנית ליעד זה או אחר), אין ציון מסוים המגדיר את מידת החשיבות כגבוהה או כנמוכה, באופן מוחלט אלא באופן יחסי.

²² מאחר שניתוח גורמים לא העלה חלוקה מובהקת של תוכני המטרות, אנו מביאים את רשימת המטרות ללא סיווג משנה.

בלוח 46 להלן מופיעים הציונים הממוצעים של חשיבות יעדי הוראת התקשורת בעיני המנהלים, לפי משתני רקע.

לוח 46: ממוצעים וסטיות תקן של ציוני חשיבות יעדי הוראת התקשורת לפי משתני רקע

חשיבות היעדים			משתני הרקע
ס"ת	ממוצע	N	
0.51	4.03	66	כלל המדגם
פיקוח			
0.51	4.07	49	חינוך ממלכתי
0.19	4.00	4	חינוך ממלכתי-דתי
0.58	3.90	13	חינוך ערבי
מין			
0.54	3.95	23	גברים
0.49	4.07	43	נשים
השכלה			
0.52	4.11	21	תואר ראשון
0.48	4.00	38	תואר שני
0.64	4.00	7	תואר שלישי
ותק בניהול כללי			
0.32	4.20	20	שנה עד חמש שנים
0.48	3.92	21	שנתיים עד חמש שנים
0.61	4.03	24	שש שנים ומעלה
ותק בניהול בית הספר הנוכחי			
0.40	4.13	26	שנה עד חמש שנים
0.54	4.00	22	שש עד תשע שנים
0.60	4.00	18	עשר שנים ומעלה
גודל בית הספר			
0.46	4.12	41	עד 400 תלמידים
0.47	3.66	13	400 עד 700 תלמידים
0.56	4.13	12	מעל 700 תלמידים
ותק בהוראת התקשורת בבית הספר			
0.51	4.08	37	עד חמש שנים
0.52	4.00	28	מעל חמש שנים

מלוח 46 עולה כי הקבוצות שבעיניהן יעדי הוראת התקשורת שצוינו חשובים יחסית הן: מנהלים בעלי ותק בניהול כללי של שנה עד 5 שנים (ממוצע 4.20 מתוך 5), מנהלים בעלי ותק בניהול בית הספר הנוכחי של שנה עד 5 שנים (ממוצע 4.13), ומנהלים שבבית ספרם לומדים מעל 700 תלמידים (ממוצע 4.13).

2.4. הקשר בין משתני הרקע של המנהלים לבין החשיבות שייחסו ליעדי הוראת תקשורת

הקשר בין סוג הפיקוח לבין מידת החשיבות שייחסו המנהלים ליעדי הוראת תקשורת: בשל הפער בין מספר המנהלים שהשתייכו למגזרי החינוך השונים (53 מנהלים בחינוך הממלכתי, 7 מנהלים בחינוך הממלכתי-דתי ו-9 מנהלים בחינוך הערבי), אין משמעות לתוצאות של הפעלת פרוצדורות סטטיסטיות מתקדמות לתיאור השפעת סוג הפיקוח על החשיבות המיוחסת ליעדי הוראת המקצוע.

הקשר בין משתני הרקע האחרים של המנהלים (מין, השכלה, ותק בניהול [כללי], ותק בניהול בית הספר הנוכחי, גודל בית הספר, ותק בהוראת תקשורת בבית הספר) – לבין מידת החשיבות שייחסו ליעדי הוראת המקצוע, נבדק באמצעות ניתוח שונות חד-משתני ANOVA או t -test. לא נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין החשיבות שיוחסה ליעדי הוראת תקשורת לבין: מין, $t(64) = 0.940, p > .05$; השכלה, $F(2,63) = 0.377, p > .05$; ותק כללי בניהול, $F(2,62) = 1.666, p > .05$; ותק בהוראת תקשורת בבית הספר, $t(63) = 0.805, p > .05$. נמצא קשר סטטיסטי מובהק בין החשיבות שיוחסה ליעדי הוראת תקשורת לבין גודל בית הספר $t(2,63) = 4.826, p > .05$: מנהלים שבבית ספרם עד 400 תלמידים מייחסים חשיבות ליעדי ההוראה ספציפיים יותר ממנהלים שבבית ספרם יש בין 400 ל-700 תלמידים.

3.4. הרחבת הפעילות בנושא תקשורת בבית הספר

בלוח 47 שלהלן מופיעות הצעות המנהלים להרחבת הפעילות הבית-ספרית בנושא תקשורת:

לוח 47: הרחבת הפעילות בנושא תקשורת בבית הספר [שאלה פתוחה]

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	הרחבת הפעילות בנושא התקשורת $N = 80$ תשובות = $N = 55$ עונים
65.5			היבטים טכניים וארגוניים
32.7	22.5	18	צמצום מספר התלמידים בכיתה/הקצאת משאבים נוספים/הגדלת מספר שעות הלימוד/חשיפת שכבות לימוד נוספות לתחום
14.5	10.0	8	שילוב הוראת תקשורת עם הוראת מקצועות הלימוד האחרים או עם שעות חינוך
7.3	5.0	4	בניית סדנא מקצועית/חדר מיוחד למקצוע/מרכז למידה בתקשורת
7.3	5.0	4	הקמת ועדת תקשורת ממורים בבית הספר/התאמת הרפרטואר ל"אני מאמין" הבית-ספרי/בניית תכנית לימודים עם האקדמיה
5.5	3.8	3	מציאת מורה בעל רקע מקצועי מתאים
5.5	3.8	3	קיום פעילויות בקבוצות/ דיונים/ עבודות קבוצתיות

לוח 47 (המשך)

אחוז מתוך העונים	אחוז מתוך התשובות	שכיחות	הרחבת הפעילות בנושא התקשורת N תשובות = 80 N עונים = 55
5.5	3.8	3	הכרזה על המקצוע כעל מקצוע חובה/שילוב נושא התקשורת בחינוך הערבי
54.5			היבטים תוכניים
30.9	21.3	17	ייזום פעילות תקשורתית בית-ספרית (הוזכרו: עידוד פרויקטים בית-ספריים, הפקת סרטים, הקמת אתרים, ביצוע עבודות שיפתחו כישרונות אצל התלמיד היוצר)
16.4	11.3	9	יצירת במה לדיאלוג בית-ספרי כולל
9.1	6.3	5	יותר צפייה בסרטים ובטלוויזיה/הגדלת מספר הרצאות החוץ/מפגשים עם אנשים מובילים בתחום
5.5	3.8	3	הבלטת הממד הערכי דרך התקשורת: הצגה ויצירה של סרטים שמעודדים פלורליזם/קיום סדנאות לתפקידי תקשורת בחברה דמוקרטית/הבלטת נושא זכויות האדם בעשייה התקשורתית
5.5	3.8	3	עיתון בית-ספרי, שבאמצעותו יובעו דעות ויפותח הקשר עם הקהילה

מלוח 47 עולה כי את הרחבת הפעילות הבית-ספרית בנושא התקשורת יש, לדעת המנהלים, לעשות באמצעים טכניים וארגוניים (כ-66% מהמנהלים), השכיח היה: צמצום מספר התלמידים בכיתה/ הקצאת משאבים נוספים/הגדלת מספר שעות הלימוד/חשיפת שכבות לימוד נוספות לתחום התקשורת (כ-33% מהמנהלים), ובאמצעים תוכניים (כ-55% מהמנהלים), השכיח היה: ייזום פעילות תקשורתית בית-ספרית כמו עידוד פרויקטים בית-ספריים, הפקת סרטים, הקמת אתרים ועוד (כ-31% מהמנהלים).

ה. היבטים ייחודיים בהוראת תקשורת

המנהלים נתבקשו לציין את ההיבטים הייחודיים של הוראת תקשורת האופייניים לסוג החינוך שהם משתייכים אליו. בלוח 48 שלהלן מופיעה התפלגות התשובות לפי סוג החינוך.

לוח 48: היבטים ייחודיים של הוראת תקשורת לפי סוג החינוך

החינוך הממלכתי-הערבי $N = 6$	החינוך הממלכתי-דתי $N = 4$	החינוך הממלכתי $N = 14$	היבטים ייחודיים
3	2	6	הוראת תקשורת בהתאמה לערכים ייחודיים: ממלכתי – פיתוח סובלנות ופלורליזם תרבותי, חינוך לדמוקרטיה וחופש ביטוי. ממלכתי-דתי – התאמה לאורח החיים הדתי-לאומי. ערבי – בחירה של המתאים והמקובל בחברה הערבית, צניעות
2	2	6	צריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת, הבנת תקשורת
2	-	2	דיונים בנושאים אקטואליים

לוח 48 (המשך)

היבטים ייחודיים	החינוך הממלכתי	החינוך הממלכתי-דתי	החינוך הערבי
	$N = 14$	$N = 4$	$N = 6$
חשיפה לכל אמצעי התקשורת/הדגשת חשיבות הצפייה	2	-	1
השמת דגש על הצד המעשי	2	-	-
בחירה רציונלית של תחומי ההתעניינות	1	-	1
שילוב קולנוע בנושא מורשת ישראל	1	-	-
שילוב התקשורת בחיי בית הספר	1	-	-
השמת דגש על אמצעי תקשורת אלקטרוניים	1	-	-
חינוך לאזרחות טובה ע"י שותפות בעשייה התקשורתית	-	-	1
עיסוק בקשר תקשורת-משטר: שקיפות ופתיחות	1	-	-
השמת הגבלות על מה שניתן להראות	-	1	-
השמת הגבלות על מה שניתן ליצור	-	1	-

מלוח 48 עולה כי מנהלים בחינוך הממלכתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים העיקריים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי הם: צריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (6 מנהלים) והוראת תקשורת בהתאמה לערכים של סובלנות, פלורליזם ודמוקרטיה (6 מנהלים).

מנהלים בחינוך הממלכתי-דתי ציינו כי ההיבטים הייחודיים בדרך הוראת התקשורת בחינוך הממלכתי-דתי הם: צריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (2 מנהלים), והוראת תקשורת בהתאמה לערכים של החברה הדתית לאומית (2 מנהלים).

מנהלים בחינוך הערבי ציינו כי הדברים המייחדים את דרך הוראת התקשורת בחינוך הערבי הם: הקפדה על צניעות ובחירת המתאים והמקובל בחברה הערבית (3 מנהלים), דיונים בנושאים אקטואליים (3 מנהלים), וצריכה מבוקרת ומושכלת של תקשורת (2 מנהלים).

התייחסות לסתירה בין הוראת התקשורת לבין סוג החינוך

מנהל אחד מן החינוך הממלכתי ציין שלאוכלוסיית התלמידים קשה לקבל פלורליזם חברתי כאשר בבית אוחזים בערכים שונים, מנהל אחד מהחינוך הממלכתי-דתי ציין כי כאשר מתעוררות סתירות הוא נועץ עם רב, מנהל אחד מהחינוך הערבי ציין שחלק מהתכניות בטלוויזיה אינן תואמות את התרבות הערבית.

3. שאלון למנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת²³

להלן מובא סיכום ממצאים של ראיונות טלפוניים שנעשו במדגם של עשרה מנהלי חטיבות ביניים, אשר בהן אין מלמדים תקשורת: שישה מנהלים מבתי ספר ממלכתיים, שלושה מנהלים מבתי ספר ממלכתיים-דתיים ושני מנהלים מבתי ספר ערביים.

סיבות לאי-הוראת תקשורת בבית הספר [שאלה פתוחה]

המנהלים דיווחו על בעיות תקציב ובעיות תקן (7 מנהלים), על קושי באיתור מורה מתאים (5 מנהלים) – בעיה זו בלטה בחינוך הערבי והממלכתי-דתי, ועל חוסר התאמה לאוכלוסיית התלמידים (2 מנהלים מהחינוך הממלכתי-דתי) – מנהל אחד התייחס לאוכלוסיית תלמידים חרדית והאחר התייחס לאוכלוסיית תלמידים חלשה). מנהלת אחת ציינה שהוראת תקשורת נעשתה בעבר במסגרת חוגית והשנה התלמידים העדיפו חוג אחר, ומנהלת נוספת ציינה שהנושא נלמד בעבר כנושא שנתי מרכזי אולם השנה נלמד נושא אחר.

עשייה תקשורתית בבית הספר [שאלה פתוחה]

כל המנהלים ציינו שבבית ספרם מוציאים עיתון שכבתי או בית-ספרי מספר פעמים בשנה. התדירות הנמוכה של ההוצאה נומקה בהעדר תקציב לעניין זה. בארבעה בתי ספר פועל רדיו המופעל על ידי מועצת התלמידים. בבית ספר אחד מופעל אתר אינטרנט.

הוראת תכנים תקשורתיים במסגרות אחרות [שאלה פתוחה]

שלושה מנהלים דיווחו כי לא נלמדים תכנים תקשורתיים כלשהם בשום מסגרת בית-ספרית. בשלושה בתי ספר מלמדים נושאי אקטואליה על סמך עיתונות יומית ובארבעת בתי ספר הנותרים דיווחו על נגיעה בתכנים תקשורתיים בהיקף קטן בשיעורי מחנך ובשיעורים: חברה, אזרחות, והבעה, וכן בחוגי תיאטרון ובחוג משפטים.

עמדות מורים ועמדות תלמידים בנוגע להוראת התקשורת, לדעת המנהלים [שאלה פתוחה]

לשאלה באילו עמדות מחזיקים מורים ותלמידים בבית הספר באשר להכללת לימודי תקשורת במוסד, השיבו 4 מנהלים כי אינם מכירים את עמדות המורים ולא את עמדות התלמידים בנוגע ללימודי תקשורת, 2 מהם ציינו כי הם חשים שמורים ותלמידים מביעים רצון לכלול בלימודים השוטפים תכנית לימודים כזו. 3 מנהלים הביעו רצון רב להכניס תכנית לימודים בתקשורת (כולל מנהל אחד מהחינוך הערבי) וציינו כי הדבר עולה בבירור מהתבטאויות של מורים ותלמידים. מנהלת אחת מהחינוך הממלכתי-דתי (שאוכלוסיית בית הספר שבניהולה היא חרדית) הביעה התנגדות נחרצת ועקרונית להוראת התקשורת בטענה שאינה מתאימה לאורח חיים חרדי. מנהל נוסף מהחינוך הממלכתי-דתי אמר שאוכלוסיית התלמידים אצלו היא קשה מאוד, ולכן חשוב להצליח יותר בהוראת מקצועות החובה ואת לימודי התקשורת יש לדרג עדיפות משנית, בהיותם

²³ ראו נספח ב, סעיף 3.

בבחינת "קצפת". מנהלת נוספת מהחינוך הממלכתי-דתי השיבה שיש להתאים את תכנית הלימודים לצורכי האוכלוסייה הדתית ורק אז תהיה היענות לדבר.

היכרות עם תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" (תשנ"ג)

שישה מנהלים מכירים את התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" (ביניהם שתי מנהלות מן החינוך הממלכתי דתי). ארבעה מנהלים אינם מכירים את התכנית (ביניהם שני מנהלים מן החינוך הערבי).

פנייה לבית הספר מטעם הפיקוח על הוראת התקשורת

למעט שני מנהלים – האחת מן החינוך הממלכתי-דתי והאחר מן החינוך הממלכתי – לא קיבלו מנהלים פנייה מן הפיקוח על הוראת התקשורת בנושא הוראת תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע".

הבעת דעה בנוגע לחשיבות לימודי התקשורת בחטיבת הביניים [שאלה פתוחה]

מנהלת אחת מן החינוך הממלכתי ציינה כי בעיניה אין מקום להעדיף את הוראת התקשורת בחטיבת הביניים על פני נושאים אחרים, או לראותם כקודמים בחשיבותם. שאר המנהלים ציינו כי יש חשיבות ללימוד מקצוע התקשורת. המנהלים נימקו את דעתם בחשיפה הרבה והיומיומית של התלמידים לכלי התקשורת, המחייבת מיומנות של צריכת תקשורת ביקורתית ומושכלת וכן באוניברסליות של התקשורת, ובכוחה להביא למעורבות חברתית של הלומדים. מנהל אחד מן החינוך הערבי נימק את חשיבות לימודי המקצוע בהיותו אמצעי להבנת האחר ולהיכרות עם טכנולוגיות תקשורת מתקדמות. מורה אחת מהחינוך הממלכתי-דתי הסכימה אמנם עם חשיבותם של לימודי התקשורת אולם התנתה זאת בתכנית מתאימה לאוכלוסיית הלומדים.

הכללת לימודי התקשורת בבית הספר בשנה הבאה

5 מנהלים דיווחו כי יפעלו להכללת מקצוע התקשורת בתכנית ההוראה הבית-ספרית בשנים הבאות, אולם ללא תקציב מתאים, הדבר לא יוכל לצאת אל הפועל. מנהל אחד אמר שינסה לאתר מורים ולהשיג תקציב באופן עצמאי, אולם מרבית המנהלים הביעו חוסר אמון באשר לפתרון הבעיה חרף רצונם בהוראת המקצוע במוסד. 2 מנהלות ציינו שלא יפעלו להכללת מקצוע התקשורת בתכנית ההוראה הבית-ספרית בשנים הבאות, האחת מן החינוך הממלכתי-דתי – בשל העדר תכנית מתאימה לאוכלוסייה החרדית והאחרת – בשל סדרי עדיפות אחרים. 3 מנהלים טרם החליטו בעניין זה. מנהל אחד נימק את (חוסר) החלטתו בעמימות לגבי התקציב הנחוץ, והאחר התנה את הכללת הוראת התקשורת בבית ספרו באפשרות שתהיה בידו להקצות מספר שעות מספיק להוראתו בכל השכבות.

מטרות הוראת התקשורת

בפני המנהלים הוצגו המטרות האלה של הוראת התקשורת והם התבקשו לחוות את דעתם באשר לחשיבותן:

1. **לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי):** 9 מנהלים אמרו כי זו מטרה חשובה במידה רבה מאוד, מנהל אחד אמר כי היא חשובה במידה רבה.
2. **לפתח את הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים:** מנהל אחד אמר כי זו מטרה חשובה במידה רבה מאוד, 5 מנהלים אמרו כי זו מטרה חשובה במידה רבה, 3 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה בינונית, מנהל אחד אמר כי המטרה חשובה במידה מעטה.
3. **לפתח מודעות והערכה לתקשורת תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית:** 6 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 3 אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה, מנהל אחד אמר כי המטרה חשובה במידה מעטה.
4. **לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית ביחס לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם):** 6 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 4 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה.
5. **לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות:** 3 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 4 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה, מנהל אחד אמר כי המטרה חשובה במידה בינונית, מנהל אחד אמר כי המטרה כלל אינה חשובה, ומנהלת אחת סירבה לדרג את המטרה בטענה שהתקשורת אינה נוהגת כמשקפת וכמפרשת של המציאות.
6. **לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת:** 7 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 2 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה ומנהל אחד אמר כי המטרה חשובה במידה בינונית.
7. **לפתח מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת:** 4 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 4 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה ו-2 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה בינונית.
8. **להקנות הבנה של יחסי ממסד-תקשורת:** 4 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 3 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה, מנהל אחד אמר כי המטרה חשובה במידה בינונית ושני מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה מעטה.
9. **לערוך היכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע, רדיו, אינטרנט וכיו"ב):** 4 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 3 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה, 2 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה בינונית ומנהל אחד אמר כי המטרה חשובה במידה מעטה.
10. **לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת:** 5 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 4 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה ומנהל אחד אמר כי המטרה חשובה במידה מעטה.
11. **הכרת מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי גומלין ואינטרסים):** 2 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, 2 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה, 2 מנהלים

אמרו כי המטרה חשובה במידה בינונית, 3 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה מעטה ומנהל אחד טען כי המטרה כלל לא חשובה.

12. **לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה:** 8 מנהלים אמרו כי המטרה חשובה במידה רבה מאוד, מנהל אחד אמר כי המטרה חשובה במידה בינונית.

13. **להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של המציאות:** מרבית המנהלים התקשו בהבנת משמעות המשפט ובדירוג חשיבותו. לבסוף, דירגו 7 מנהלים את המשפט כמטרה חשובה במידה רבה מאוד ו-3 דירגו אותו כמטרה חשובה במידה רבה.

14. **מטרות אחרות:** מספר מנהלים הוסיפו מטרה, בעלת חשיבות גבוהה בעיניהם, בלימודי התקשורת. המטרות הן: אובייקטיביות בתקשורת ופחות תקשורת "צהובה", הבנת יחסי הגומלין וההשפעה ההדדית בין התקשורת לחברה הדתית, חינוך לצריכה פחותה של תקשורת.

הציון הממוצע של חשיבות מטרות הוראת התקשורת בעיני מנהלים שבבית ספרם אין לימודי תקשורת הוא 4.23, ס"ת 0.45.

בלוח 49 שלהלן מופיעים ממוצעי תשובות המנהלים לגבי חשיבותה של כל מטרה.

לוח 49: מטרות כלליות של מקצוע התקשורת

ממוצע	ס"ת	מטרות כלליות של מקצוע התקשורת (N = 10)
4.90	0.32	1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי)
4.70	0.68	12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה
4.70	0.48	13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של מציאות
4.60	0.70	6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת
4.60	0.52	4. לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם)
4.40	0.97	3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית
4.30	0.95	10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת.
4.20	0.79	7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת
4.00	1.05	9. לערוך היכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע, רדיו, אינטרנט וכיו"ב)
3.90	1.20	8. להקנות הבנה של יחסי ממסד-תקשורת
3.89	1.27	5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות

לוח 49 (המשך)

מטרות כלליות של מקצוע התקשורת (N = 10)	ממוצע	ס"ת
2. לפתח את הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים	3.60	0.84
11. לערוך היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים)	3.10	1.37

מלוח 49 עולה כי המטרות החשובות יחסית בעיני מנהלים שבבית ספרם אין לומדים תקשורת הן: לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי) (ממוצע 4.90 מתוך 5), לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה (ממוצע 4.70), ולהבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא בהכרח שיקוף ניטרלי של המציאות (ממוצע 4.70). המטרות החשובות פחות הן: היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים) (ממוצע 3.10 מתוך 5), ופיתוח הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים (ממוצע 3.60).

4. ריאיון קבוצתי: "סיפורי הצלחה של בתי ספר המלמדים תקשורת"²⁴

מתוך רצון לעמוד על מאפייני ההצלחה של הוראת התקשורת, ביקרנו בשבעה בתי ספר שהוגדרו על ידי המפמ"ר כ"סיפור הצלחה" בתחום הוראת התקשורת. בכל בתי הספר נערכו ראיונות קבוצתיים שבהם השתתפו בפועל: מרכז מקצוע התקשורת, מורה או מורים של המקצוע ובמקרה אחד – גם מספר תלמידים.

נראה שההצלחה של בתי ספר אלה ביצירה של עניין והתלהבות סביב נושא התקשורת בבית הספר טמונה בשילוב של היבטים פיזיים (מינימום שעות הוראה שבועיות) והיבטים רגשיים, היוצרים (גם אם לא במודע) את הנוכחות הדומיננטית של המקצוע בבית הספר. האלמנטים שיתוארו להלן "חולצו" מתוך הראיונות הקבוצתיים אך אין לראותם כקיימים במלואם בבית ספר יחיד כלשהו.

מהם אפוא הגורמים לכך שבית ספר יהיה ל"סיפור הצלחה" מבחינת לימודי התקשורת?

תשתית

כדי להשיג את יעדי ההוראה, בית הספר זקוק לתשתית פיזית. בבתי הספר שבהם נערכו ראיונות, לומדים בכיתות שבחרו בשיעורי תקשורת, לפחות שעתיים שבועיות, ואפשרות הבחירה בלימודי התקשורת פתוחה בפני תלמידים בכל דרגות הכיתה. בנוסף, כל בתי הספר "המצטיינים" כוללים

²⁴ ראו נספח ב, סעיף 4.

חטיבות עליונות שבהן מושם דגש על מקצועות התקשורת. תלמידי החטיבה נחשפים ליצירות של "הבוגרים" ולהתלהבותם, וכך מצטייר בעיניהם "אופק המקצוע" לא רק מבחינת הפוטנציאל היצירתי ופוטנציאל ההנאה, אלא גם מבחינת היוקרה החברתית, המתבטאת בהשתתפות בפסטיבלי קולנוע בארץ ובחו"ל: "מביטים למעלה ורואים את דוגמת הבוגרים שזכו בפרס. יש גאוות יחידה". מלבד זאת, אף שתלמידי חטיבת הביניים במרבית בתי הספר עוסקים (באופן חלקי) בפן המעשי שדורש ציוד קולנועי מתוחכם, הם יכולים להיעזר בחטיבה העליונה גם מבחינה מעשית: "הם מאוד רוצים לצלם, לערוך ולהפיק, לגעת בציוד היקר, מה שעוד מגביר את משיכתם למקצוע".

תכנית הלימודים

ב-2 בתי ספר מלמדים לפי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", ב-3 בתי ספר מלמדים לפי תכנית בית-ספרית ייחודית שנבנתה בבית הספר, וב-2 בתי ספר נוספים מלמדים לפי תכנית שבנה המורה על סמך הכשרתו ועל סמך תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע". בבית ספר אחד פועלת במקביל לתכנית הבית-ספרית גם "קרן קרב", במימון ההורים.

מן הראיונות עולה כי המורים נשענים על החלק העיוני שבתכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" הן לחיזוק המודעות כלפי חשיבות "הצפייה הביקורתית", הן להבנה של המושגים הבסיסיים וסוגי הז'אנר. אולם, לצד זאת, הם רואים עצמם מחויבים לעבות את תכנית הלימודים ולהתאימה לצורכי התלמידים: "מורים מכירים מצוין את התכנית אבל היא אינה מספיקה על מנת ליצור תכנית לימודים שלמה", ועוד: "זו אינה תכנית, אלא חוברת עם ציוני דרך שנותנת רעיונות להתפתח מהם. מעין סיעור מוחות לגבי מהי תקשורת מבחינת מורים". אף שחלק מהמורים מתוסכלים דווקא מהעדר מפרט ברור ומובנה של מערכי שיעור, רובם שמחים על ההזדמנות לעצב תכנית דינמית שתתאים לרוח בית הספר ולרצון התלמידים. תכנית הלימודים נסמכת אפוא על ניסיונם של המורים, הכשרתם האקדמית בנושא, על תכניות קיימות כגון "יחיד תרבות חברה", המהוות פיתוח מסוים של התכנית הרשמית, על חומרים שהפיק האגף לחינוך טכנולוגי, ולא פחות מכך - על ערנותם של מורים לגבי "מה שהולך בתחום התקשורת". התוצאה של כל אלה היא: "אין שנה שבה מורים מלמדים אותו הדבר".

בחירת תוכני הלימוד

המורים דיווחו על מאמץ לבחור חומרי צפייה המעניינים ומעסיקים את התלמידים: מערכות יחסים, כישורי חיים (אלימות וסמים), איידס, אמצעי מניעה וגירושין. כמו כן, בחרו המורים סרטים עלילתיים העוסקים באירועים שקרו במאה העשרים כמו הנחיתה על הירח, חיי היטלר, צ'רצ'יל וגנדי, סרטי מלחמת העולם השנייה, סרטי וייטנאם, סרטים על מלחמת יום כיפורים ("ילדים בני 15 לא יודעים כלום על יום כיפור"), וכן סרטים על שוויון זכויות לנשים ולמיעוטים. הבחירה במגוון החומרים מכוונת ליצירת תחושת הוליסטיות במובן של התייחסות למציאות כוללת: אישית, בית-ספרית, קהילתית ולאומית. לעתים קרובות, דרך זו משקפת גם את חזון בית הספר.

אינטגרטיביות: "החומר לא שט בחלל – תמיד מקושר"

מורי המקצוע משתדלים לקשר את הוראת התקשורת עם תחומי דעת אחרים הנלמדים בבית הספר: "יש הרבה תחומים שמתערבבים עם תקשורת – סוציולוגיה, פילוסופיה, ספרות...". "תקשורת משתלבת באופן מושלם עם היסטוריה...". "אני משלבת תקשורת באופן קבוע עם נושאים אחרים כי "חייבים לתת עוגן למציאות". דוגמאות לנושאים אינטגרטיביים: פרויקט שורשים (סרטי משפחה); הוראת השואה: סרטי תעמולה נאציים, הסרט "החיים יפים"; אזרחות: הסרט "גינן ג'נין"; "סיפורי גן עדן" שמהווים מקור השראה לסיפורי פיתוי ועונש עכשוויים מן ההיבט התקשורתי; אנגלית: ניתוחי פרסומות; מחול: צילומי וידיאו-דאנס ועוד.

העמקת המודעות למקומה של התקשורת

המורים לתקשורת מבקשים להרחיב את מודעות תלמידיהם כלפי הדרך שבה התקשורת מתווכת, משפיעה, ולעתים מנווטת את מציאות חיינו: "אנחנו חיים בעולם תקשורתי בעל תהליכים רבים, ומי שלא לומד תקשורת לא מודע לכך. בגלל חוסר המודעות אנשים טועים וחושבים שרק בגלל שהם צורכים תקשורת (צופים בטלוויזיה), הם מבינים תקשורת. אבל מי שלומד, בשל במידה רבה יותר לצורך את התקשורת (חדשות, פרסומות)... הוא מבין את הבניית המציאות והצגתה בתקשורת... ואנחנו מלמדים לדעת את ההבדל". לימודי התקשורת נתפסים כתורמים להבנת המרחב המובן מאליו שאנו חיים בו ומעודדים את הלומד להתבונן במציאות בצורה ביקורתית (בוחנת): "לומדים לא לקבל כל דבר כמובן מאליו: בעלויות, משפחות החולשות על התקשורת (למשל למה אנשים כמו ג'ודי מוזס, אייל פלד מגישים תכנית משלהם בערוץ המסחרי, זה לא תמים לחלוטין...) מודעות פירושה לימוד גם של הצדדים הפחות נעימים". ומה שחשוב הוא: "שידעו איך דברים עובדים... מעדיפים ללמד את זה מאשר להספיק חומר". "אפקט ההתפכחות" שמיצרים לימודי התקשורת עשוי לתרום במקביל גם לתחושת "בגירות" הנובעת מהבנת המציאות, וגם לשיפור מעמדם החברתי של בני הנוער, המושג מעצם יכולתם להתבטא באופן אינטליגנטי על עניינים המוצגים בתקשורת. (כולל "מה מצחיק בסיטקום?", "איך עובדות הפרסומות על האנשים?" וכו').

אקטואליה

האקטואליה מהווה כלי מרכזי בהוראת התקשורת. במקצת בתי הספר שיעורי היום נפתחים בשיחה בנושאי אקטואליה, ודיון באירועי מדיה חריגים מחליפים מערכי שיעור מתוכננים מראש. מקצוע התקשורת נתפס כ"חלק מהחיים" וכך "חומרי החיים" מהווים את חומרי הגלם שלו. כך, למשל, בשיעור שעסק באתיקה עיתונאית, הציגה המורה סרטון שהוצג באתר האינטרנט של משרד החוץ, ובו תמונות מזעזעות מהפיגוע בירושלים, ופיתחה דיון תקשורתי וערכי. בשיעורי התקשורת דנים גם באירועים מקומיים ולא רק באירועים ארציים, שעלולים לתפוס אותם כמרוחקים, על אף הרלוונטיות שלהם. בכמה בתי ספר מתחזקים תלמידי תקשורת "קיר אקטואליה" ובחרים את "תמונת היום". העיסוק באקטואליה מעלה שאלות של צנזורה ושליטה, ומורים מדגימים מסר של פתיחות ואי-צנזורה בדרך שבה הם מגיבים לחומרים שהתלמידים מעלים לדיון: "באקטואליה אין צנזורה, ובלבד שהנושאים יהיו קשורים למציאות

הארץ ישראלית... אנחנו מאפשרים גלישה לנושאים חברתיים ומתייחסים לנושאים שהתלמידים לא חשבו שניתן להתייחס אליהם". מעניינת הדרך שבה אחד המורים "השלים" את התמונה, באמרו: "מורים לא מצנזרים תכנים שהילדים מביאים בעצמם כי הם לא נוגעים הרבה בתכנים 'אסורים'. הנושא הכי שערורייתי היה אמצעי מניעה ובסופו של דבר הם צנזרו את עצמם.."

חוייתיות, הנאה, יצירתיות

לימודי תקשורת מעוצבים כלימודים חוייתיים, מסקרנים ובעלי פוטנציאל של חדשנות ויצירתיות. המדיה מאפשרת המחשה ויזואלית של תכנים מסוגים שונים (כמו אירוע נחיתת אדם על הירח), המעודדים דיון לימודי לצד עוררות רגשית. אחד המורים ציין ש: "שיעור תקשורת הוא שיעור שאין בו כמעט למידה פרונטלית...ילדים יכולים להביא את עצמם לידי ביטוי... אין עוד צורת לימוד כזאת...תהליכים כאלה...בשום שיעור אחר". לתלמידים ניתנת האפשרות לבטא את עצמם בתרגילים מעשיים: כתיבת תסריטים קצרים וצילום במצלמה ביתית (לעתים המורה משאיל לתלמידים את ציודו האישי), משימות עיתונאיות, צילומים משפחתיים, הסרטת אירועי בית הספר, הכנת תשדיר שיווק לבית הספר, הפקת עיתון ממוחשב בית-ספרי, יצירת קליפ לזכר תלמידה שנהרגה בתאונת דרכים, תחרות סרטים קצרים, ועוד. נוסף על פעילות זו, נכללות בתכנית הלימודים גם "פעולות חוץ" כגון ביקורים בסטודיו לצילום תעשייתי, בתערוכות צילום, ובכיתות לימוד של בתי ספר לתקשורת, השתתפות בפנל של אנשי תקשורת, ביקורים בסינמטקים, צפייה משותפת בסרטים ופגישות עם במאים ושחקנים. התלמידים נחשפים גם לטכנולוגיות-מדיה מתקדמות (כולל טכנולוגיות דיגיטליות).

מעגלים חברתיים ואישיים

שיעורי התקשורת מספקים הזדמנות להתנסות בעבודות צוות כיתתיות ובהרכבים רב-גיליים: תלמידי חטיבת ביניים מדרגות כיתה שונות, עובדים יחד ולעתים גם משתפים פעולה עם תלמידי החטיבה העליונה. "מיומנות של תקשורת בין אישית קבוצתית מכשירה אותם לחיים..." העבודה הקבוצתית מאפשרת למערכת להעריך תלמידים על בסיס מגוון יותר, בין השאר של תלמידים בעלי כישורים שאינם אינטלקטואליים דווקא, ולעתים גם של תלמידים הנמצאים בשולי החברה הכיתתית: "לילד 'מופרע' עם מצוקות אמיתיות מנותב לעשייה ולהערכה מבחוץ, כאן הם מרימים ראש ועושים דברים בעלי ערך... יש לילדים הזדמנות ליצור מערכת יחסים שונה מאשר בשיעורים אחרים. הם מרגישים את הגב של המורים ואת הנתונה, ורואים את הדברים מכיוון אחר". ביצירות האישיות "יש פתח להראות את חייהם לשאר הילדים", ומשובים ודיונים מאפשרים בחינה עצמית והזדהות עם האחר: "התבוננות בסרט היא התבוננות עצמית...דיבור על דמויות הוא דיבור על עצמי"... הערך המוסף של הדברים הוא רגשי והתפתחותי, וכמו שאמר אחד המורים: "הקולנוע הוא רק תירוץ" לפיתוח רגישות והקשבה לעצמי ולאחר.

מילה אחרונה למורים

בראיונות בלטה תחושת תמיכה חמה במורים לתקשורת מצד המערכת. מורים מקבלים בדרך כלל יד חופשית בעיצוב תוכני ההוראה, זוכים להכרה ולהערכה ופעילותם "נראית" ונתפסת

כתורמת במישרין לחיי הקהילה הבית-ספרית. המורים עצמם חשים כי עבודתם תורמת להם, שהוראת התקשורת מצמיחה אותם אישית, שהיא מגוונת, דינמית ומתחדשת בהתמדה. ייתכן, שהתלהבות זו מדביקה גם את תלמידיהם.

סיכום

בתי ספר ומורים, הרואים ברכה בהוראת התקשורת, נשענים על סביבה בית-ספרית תומכת, פיזית ורגשית, ועל חשיפת התלמידים "ליתרונות הנראים" של המקצוע באמצעות תלמידי החטיבה העליונה הלומדים תקשורת. מורים משכילים כנראה לבחור נושאי לימוד, חומרי הוראה וגישת הוראה הקרובים לעולמם של התלמידים, ויוצרים סביבה אינטגרטיבית ומקבלת המספקת במידה נאותה את הצרכים הרגשיים, החברתיים והאינטלקטואליים של התלמידים. שילוב של פרקים עיוניים עם פרקים מעשיים, לצד מקום לביטוי אישי וקבוצתי, מאפשר הנאה יצירתית של מורים ותלמידים כאחד.

פרק רביעי: סיכום ודיון

המטרה הכללית של מחקר זה הייתה לאסוף מידע ממורים וממנהלים בחטיבת הביניים על היקף השימוש, מאפייני ההוראה וחוות דעתם של המורים בנוגע לתכנית הלימודים הרשמית: "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", וכן לאסוף מידע על עמדות של מורים ומנהלים באשר ללימודי התקשורת בכלל. בפרק זה, החותם את המחקר, נעסוק במספר סוגיות מרכזיות שהמחקר עסק בהן, מנקודת מבט המשלבת את דעותיהם של המורים והמנהלים.

א. שכיחות ההוראה של תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" והוראת תכניות אחרות

התשובה לשאלה "בכמה בתי ספר מלמדים את תכנית הלימודים 'חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע'" נשענה על שילוב תשובות משאלוני מורים ומשאלוני מנהלים. משילוב זה עולה כי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" נלמדת, באופן מלא או חלקי, ב-34 בתי ספר, המהווים כ-43% מבתי הספר שהשתתפו במחקר²⁵. אם נביא בחשבון גם את המורים המלמדים את התכנית "תרבות, יחיד, חברה", המבוססת במידה רבה על התכנית הרשמית, נוכל לומר כי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" היא אמנם "שחקנית מרכזית למדי" בנוף הוראת התקשורת, אולם יותר משהיא נלמדת "כסדרה" או "בטהרתה", היא משמשת בסיס להוראת התקשורת מההיבט העיוני. העובדה, שמאפייני הוראת התקשורת לפי תכניות אחרות, כפי שתוארו בידי המורים, כוללים גם הם, לצד הממד המעשי, את אותם נושאים הנזכרים בתכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", מחזקת הכללה זו.

מצב זה, שבמידה רבה אישש את ההנחות המוקדמות של מזמיני המחקר, שיקף מן הצד האחד את היותה של התכנית בלתי מעודכנת – בעיקר במה שנוגע לפן המעשי של הוראת המקצוע. אלא שמן הצד האחר – הצביע מצב זה על כך שקיים צורך משמעותי בהקניית כישורי ה"צפייה ביקורתית", אשר תתווך בין תוצרי התקשורת לבין התלמידים.

אף שמורים שאינם מלמדים לפי התכנית הסבירו זאת מסיבות של אי-התאמתה לצרכים, להעדפות ולאילוצים שונים, ומסיבות של ביקורת על התכנית, המחקר מעלה כי כשליש מן המורים וכמחצית מן המנהלים אינם מכירים כמעט את התכנית, וייתכן ששיווק מאומץ יותר שלה היה מניב שיעור גבוה יותר של הוראתה.

ב. מטרות הוראת התקשורת והערכת הסיכוי להשגתן

מטרותיה של תכנית לימודים מכוונות בדרך כלל להיכרות ולהבנה של התלמידים את תחום הדעת שבו עוסקת התכנית, ובתוך כך מתמקדות בהיבטים חינוכיים. במחקר זה השווינו בין הערכת חשיבותן של מטרות הוראת התקשורת בעיני מורים לתקשורת, בין הערכת חשיבותן

²⁵ המהווים לפחות 65% מבתי הספר שבשלב הראשון של המחקר העידו שהתקשורת נלמדת בבית ספרם.

בעיני מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת ובין הערכת חשיבותן בעיני מנהלים שבבית ספרם אין מלמדים מקצוע זה.

הציון הממוצע של חשיבות מטרות הוראת התקשורת בעיני מורים הוא 4.07, הציון הממוצע של חשיבות מטרות הוראת התקשורת בעיני מנהלים הוא 4.22, והציון הממוצע של חשיבות מטרות הוראת התקשורת בעיני מנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת הוא 4.23. (כלומר מידת החשיבות הממוצעת שמייחסים מורים ומנהלים למטרות הוראת המקצוע רבה עד רבה מאוד, ואף שנראה כי מורים מייחסים חשיבות פחותה יותר למטרות המקצוע יחסית למנהלים, הבדל זה אינו מובהק סטטיסטית). בלוח 50 שלהלן מובאת השוואה בין ציוני מורים לבין ציוני מנהלים, לפי מטרות.

לוח 50: השוואה בין מורים, בין מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת ובין מנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת בעיני חשיבות מטרות הוראת תקשורת, ובין דעות המורים בנוגע להערכת הסיכוי להשגתן (ציונים ממוצעים)

מורים סיכוי להשגה $N = 23$	מנהלים לא מלמדים $N = 10$	מנהלים מלמדים $N = 69$	מורים $N = 68$	מטרות כלליות של מקצוע התקשורת
3.79	4.90	4.81	4.57	1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי, אסתטי וערכי)
3.69	3.60	4.03	3.94	2. לפתח את הטעם האומנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים ובז'אנרים מגוונים
3.71	4.40	4.65	4.51	3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות תקשורת חופשית בחברה דמוקרטית
3.21	4.60	4.39	4.03	4. לעודד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית באשר לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם)
4.05	3.89	4.28	4.04	5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות
3.38	4.60	4.13	3.74	6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת
3.37	4.20	4.06	4.21	7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת
4.22	3.90	3.88	3.41	8. להקנות הבנה של יחסי ממשד-תקשורת
4.07	4.00	4.00	4.03	9. לערוך היכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע, רדיו, אינטרנט וכיו"ב)
3.38	4.30	4.50	4.38	10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת
3.74	3.10	3.35	3.31	11. לערוך היכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים)
3.53	4.70	4.49	4.52	12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה

לוח 50 (המשך)

מורים סיכוי להשגה N = 23	מנהלים לא מלמדים N = 10	מנהלים מלמדים N = 69	מורים N = 68	מטרות כלליות של מקצוע התקשורת
3.44	4.70	4.19	4.23	13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של מציאות
3.64	4.23	4.22	4.07	ממוצע כללי

מהנתונים שלעיל עולות מספר השוואות מעניינות:

א. מורים, מנהלים שבבית ספרם מלמדים תקשורת ומנהלים שבבית ספרם אין מלמדים תקשורת מזדהים במידה רבה עד רבה מאוד עם מטרות הוראת התכנית ומציבים בראש לוח החשיבות הקבוצתית את פיתוח הכישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית. אין זה מפתיע שממוצע ציוני המורים נמוך יחסית לממוצעים של הקבוצות האחרות, וייתכן שהדבר קשור להערכתם את התלמידים כצרכני תקשורת מפוכחים, יותר מהערכת המנהלים אותם.

ב. שלוש הקבוצות מציבות בתחתית לוח החשיבות את ההיכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי גומלין ואינטרסים). מטרה זו נתפסת ככל הנראה, כספציפית, יחסית לשאר המטרות, אף שגלומה בה השפעה משמעותית על תוכן השידור הציבורי.

ג. המטרות שהצפי להשגתן הוא הנמוך ביותר הן מטרות בעלות ממד חברתי-ערכי: עידוד מעורבות אזרחית והשתתפות אזרחית בנוגע לנושאים המוצגים בתקשורת, פיתוח סובלנות כלפי פלורליזם חברתי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת, ופיתוח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת. ייתכן שהסיבה לכך היא שלמטרות אלה יש ממד חינוכי כולל ולכן הן נתפסות כממוקמות במרחב אחריות משותף ולא במרחב הדעת התקשורתית המובהק, ומכאן "נחיתותן" מבחינת המאמץ שהמורים מוכנים להקדיש להשגתן. מלבד זאת, "שדה המימוש" של מטרות אלה (לפחות השתיים הראשונות) נמצא בעיקרו מחוץ לכותלי הכיתה, ועובדה זו מקשה על מדידת הצלחת המורה בהשגת מטרות אלה (מכאן גם נובעת המוטיבציה הנמוכה להשגתן יחסית למטרות אחרות). הצפי הנמוך להשגת המטרה: הקניית מיומנויות מעשיות בתקשורת – נובעת ממקומה השולי יחסי בתכנית ההוראה "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", וכן מהעובדה שמרבית המורים הם חסרי השכלה מעשית בתקשורת.

ג. השגת מטרות ההוראה בעיני מורים ומנהלים

השאלון שמילאו המורים בנוגע להשגת מטרות ההוראה כלל שורה של היגדים שבאו להקיף וגם לפרוט את מרבית המופעים של הצפייה הביקורתית/המושכלת (ההיבטים החברתיים לא נכללו בקבוצת היגדים זו). ניתוח הגורמים של קבוצת הפריטים יצר סולם של רכישת המודעות בנושאי תקשורת, הכולל שלושה גורמים: (1) מודעות לבחירות אידיאולוגיות, רגשיות וערכיות בעיצוב

תוצרי תקשורת; (2) מודעות לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת; (3) מודעות לתפקידה של התקשורת.

מידת השגת המודעות בנושאי התקשורת היא בינונית עד רבה (ממוצע 3.65 מתוך 5). ציון המודעות שהושג לבחירות רגשיות וערכיות בעיצוב תוצרי תקשורת הוא 3.73, ציון המודעות שהושג לבחירות צורניות ואומנותיות בעיצוב תוצרי תקשורת הוא 3.36, וציון המודעות לתפקידה של התקשורת – 4.11.

המטרות שהושגו במידה גבוהה יחסית מעבר למטרות הכלליות והטריוויאליות למדי ("מודעות להיותם של אמצעי התקשורת מקור הן לבידור, הן למידע ומודעות למקום שתופסים אמצעי התקשורת בחיי התלמידים ובחיי החברה הסובבת"), הן המטרות הנוגעות לפן הרגשי, המורכב פחות, אולי, של צריכת תקשורת: "מודעות לשימוש במין, באלימות ובסטריאוטיפים כאמצעי למשיכת קהל והיכולת לדון בתגובות לטלוויזיה ולקולנוע להסביר סיבות להנאה, להעדפה ולדחייה". המטרות שהושגו במידה נמוכה יחסית היו בתחום ההתבוננות האומנותית: "היכולת להבחין בין שימוש שגרתי לשימוש יוצא דופן בדרכי הצגה, תוך התייחסות לסגנון ולביטוי אישיים ייחודיים, והיכולת לקשר בין דימויים חזותיים וקוליים לבין הערכים שהם מייצגים". נראה כי ההסבר האפשרי למצב זה אינו רק טריוויאלי (פנייה למכנה משותף פשוט יחסית), אלא טמון גם במיעוט הצעות היישום עבור היעדים המאתגרים יותר של הצפייה. הצעותיהם של המורים בנוגע להשגת המטרות כללו הצעות הנוגעות לשינויים ארגוניים (כ-68% מהמורים), שינוי הגישה כלפי המקצוע (כ-29% מהמורים), סיוע למורים (כ-23% מהמורים) והצעות הנוגעות לאסטרטגיות הוראה (כ-10% מהמורים). כל ההצעות האלה עשויות למצוא מענה בתכנית הלימודים החדשה.

ד. מבט מקרוב אל תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע", ומבט אל העתיד

דברי המורים המלמדים את התכנית: "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" מצא הקבלה והשלמה בדעות של כלל המורים לגבי העדפות ודגשים בתכנית לימודים עתידית. נושאי ההוראה המועדפים על מורים המלמדים את התכנית הם ז'אנרים, מושגים ונושאים בתקשורת, היבטים מעשיים, ונושאים הקשורים לצפייה מושכלת. מלמדי התכנית בחרו בנושאי הוראה אלה בשל נגישותם לתלמידים, בשל היותם עכשוויים, רלוונטיים ואקטואליים, ובשל היותם נגישים למורים. מנגד, הם מביעים רצון לראות תכנית בהירה, מפורטת ועשירה יותר, וכן נגישה יותר לתלמידים.

פחות משליש מן התלמידים הלומדים לפי התכנית נהנו מעשייה משמעותית בתקשורת (לפי דיווחי המורים) אולם המורים לא הביעו דרישה נחרצת להרחבת הפעילות המעשית. הסיבות לכך הן כנראה מודעות לחשיבות ההיבט העיוני של התכנית, היעדר הכשרה מעשית לחלק ניכר מן המורים, ומודעות להעדר המשאבים לצורך זה.

לדעת כל המורים, יש חשיבות רבה עד רבה מאוד ליצירת תכנית לימודים הקרובה לעולמם של התלמידים, תכנית רלוונטית, מעודכנת, בנויה היטב, מבוססת ידע, וכזו המדגישה את ההיבטים היישומיים של המקצוע. גישה זו משותפת למקצועות רבים במדעי החברה, המבקשים להשיק את תכנית הלימודים אל המציאות החברתית והמציאות האישית שבה אנו חיים. בד בבד, ניכר גם רצונם של המורים לייחד את המקצוע ולבססו. כמחצית מן המורים מצדדים בהוראת המקצוע כתחום לימוד נפרד, כשני שלישים מן המורים תומכים בשילוב של לימוד עיוני ולימוד מעשי, ושליש מאלה מעדיפים להבליט את הפן העיוני.

לבסוף, ניתן אולי ללמוד על מאפייני "הצלחה נראית" בהוראת תקשורת, כפי שעלו במפגשים קבוצתיים בשבעה בתי ספר, המשקפים במידה רבה את היישום של הרצונות שלעיל. ממפגשים אלה עולה כי מורים משכילים כנראה לנתב את בחירת נושאי הלימוד, חומרי ההוראה וגישת ההוראה למקומות קרובים לעולמם של התלמידים ויוצרים סביבה אינטגרטיבית ומקבלת הנענית במידה טובה לצרכים הרגשיים החברתיים והאינטלקטואליים של התלמידים. שילוב של פרקים עיוניים ומעשיים לצד מקום לביטוי אישי וקבוצתי מאפשר הנאה יצירתית של מורים ותלמידים כאחד.

ה. מילות סיום

החשיבות שמקנים מורים ומנהלים (גם אלה שהמקצוע אינו נלמד בבית ספרם), להוראת התקשורת היא גורפת. מורים מנמקים אותה בתרומת המקצוע להתמודדות יעילה עם המציאות היומיומית, בהכנת התלמידים לקראת לימוד או עיסוק בתחום בעתיד, בתרומת המקצוע להתפתחותם האישית של התלמידים, ובאופי המקצוע: אינטגרטיבי, נגיש, ושימושי. המנהלים מעוניינים בפיתוח צרכנים מושכלים, בפיתוח מודעות לעצמתה ומרכזיותה של התקשורת, בהכרת החברה הישראלית, ובהגברת ההשתתפות בחיים החברתיים בישראל. מנהלים שאינם כוללים את מקצוע התקשורת בסל שעות בבית ספרם, נוהגים כך בעיקר בשל בעיות תקציב ובעיות תקן, אך גם בשל התלבטויות אידיאולוגיות (בחינוך הממלכתי-דתי), בשל שיקולי התאמת התכנית לאוכלוסיית התלמידים (בחינוך הממלכתי-דתי ובחינוך הערבי), ובשל מחסור במורים למקצוע (בחינוך הערבי).

לפתחה של הוועדה שתכתוב את התכנית החדשה יעמדו דילמות לא מעטות: כיצד ליצור רצף תוכני בין חטיבות הגיל, אשר יאזן בין הוראה עיונית להוראה מעשית ובין לימוד "אמנות הצפייה" לבין הכנת התלמידים לחיים תקשורתיים דמוקרטיים? כיצד לנצל את המנוף הפוטנציאלי של הוראת תקשורת להגברת האמון בין המגזרים בישראל? עד כמה באמת זקוקים התלמידים בני זמננו ל"הגנה" מפני השפעת התקשורת, ואיך לא לערער את האמון הבסיסי במה שמציגים כלי התקשורת יום-יום? תרומת מחקר זה היא במיפוי משתמשי התכנית, בהצגת דעותיהם של מורים ומנהלים לגביה, ובהצגת צרכיהם של מנהלים ומורים בנושאים הנוגעים לעיצוב הוראת מקצוע זה בעתיד.

נספחים

נספח א: סיכום ראיונות עם אנשים מתחום התקשורת

במסגרת הכנת הצעת המחקר נערכו ראיונות עם אנשים הקרובים לתחום התקשורת ממשרד החינוך ומהאקדמיה: גב' חנה אדן, גב' מירה שוויקי, גב' דורית באלין, ד"ר רבקה ריבק, גב' איוונה רטנר, גב' תמי אשכנזי וגב' אורנת טורין, שחיוו את דעתם בנוגע לאופי המקצוע, יתרונותיו, קשיים בהוראתו ומבנה תכנית הלימודים הראוי בעיניהן.

בתחילת הדרך הוראת התקשורת נתפסה כאקלקטית: "כל אחד יכול ללמד וכל דבר אפשר ללמד". בשנים 1976-1998 הייתה תקשורת מילה נרדפת לחדשנות. התקשורת הקיפה תחומים רבים אך הוראת תקשורת לא כללה גוף ידע ברור. מורים לימדו תקשורת גם כאשר היו בעלי ידע מצומצם יחסית, לאחר השתלמות מצומצמת או לימוד עצמי. כל אלה יצרו, לדעת המרואיינות, חוסר מחויבות פרופסיונלית של המורים. מורים לא היססו ללמד מקצוע שהידע שלהם בו מוגבל, וכך גם נראתה תכנית ההוראה – "זה מספיק ולא צריך מעבר לזה". במשך שנים היה השיח "מי יודע את החומר ומי לא" ומורות, שלא היו בעלות ידע מבוסס בתקשורת, לא הגדירו את עצמן מורות לתקשורת וחששו כל העת "שהמדריכה תגלה...". דווקא בשנים שלא הייתה תמיכה מעשית בהוראת המקצוע, זו גם לא סופקה על ידי התכנית הכתובה.

תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" התגבשה בוועדה שבה היו חילוקי דעות בין אנשי קולנוע ואנשי תקשורת והתכנית עצמה נולדה כמערכת של פשרות. התכנית נתפסה בעיני מורים כלא מובנת, לא מוחשית, וכתוצאה מכך בעלת פוטנציאל מימוש מצומצם: "אי אפשר לדעת מה צריך ללמד". במרכז תכנית הלימודים אכן עומדת "הצפייה": יותר "דיבור על" ופחות עשייה. הנחת העבודה של התכנית היא שמורה שיקרא את התכנית הוא בעל יכולת דידקטית. התכנית אינה "רצפטית" ובמובן זה היא פחות ידידותית: "התכנית כל כך פתוחה ודורשת חקרנות ויכולת חיפוש ושם היא נופלת". התכנית דורשת מהלך שיעור "אחר": קטעים, צפייה, ריקוד טנגו עם מכשיר הוידאו... וזה מאיים. "המורים אינם מיומנים ב"הפעלת טקסט ויזואלי, מקסימום בורחים לצד התוכני".

במציאות הנוכחית, התחרות העזה על הקצאת שעות הוראה מקשה מאוד על כניסת מקצוע התקשורת לבתי הספר. בפועל יש יותר חוגים (שלעיתים ממומנים על ידי הורים במסגרת תל"ן) ופחות לימודי תקשורת. התפיסה היא של חוג העשרה שמניב חומרים למסיבת סיום. יחד עם זאת עשוי להיות לשיווק המקצוע יתרון יחסי: האינטרס של המנהלים בהוראת תקשורת משקף את ההשתלטות של "מודל השוק". הצורך לייחצן את בית הספר, כוחו של המקצוע להפיק תוצרים: תערוכות, תערוכות למידה, סרטי קולנוע, מודעות פרסומת בכיכובי התלמידים, סמל לנושא המרכזי, יוצר לעתים נכונות מצד המנהל לכלול את המקצוע בסל השעות (שכיח יותר בחטיבה העליונה).

חלק מן המרואיינות הביעו פסימיות לגבי המשך לימודי התקשורת הנובעת בפועל משאלות של שעות ותקנים אך ניזונה גם מחוסר הבהירות בנוגע להגדרת המקצוע לעצמו: "אם באקדמיה לא יודעים אם זה מקצוע או לא... אם המלי"ג עצמו שואל אם מקצוע או דיסציפלינה... במכללות המקצוע נלמד רק בפורמט דו-חוגי וגם באוניברסיטאות מתחבטים בנוגע לגבולות הדיסציפלינה: מדעי החברה? עצמאיים? תרבות? – מה נאמר אנחנו". מצד אחר, הפן המעשי שמשמעותו היזקקות לטכנולוגיות של התקשורת מבדילה את המקצוע ממדעי החברה, אולם מעלה את השאלה במה תורמים הלימודים העיוניים לצד המעשי. כפילות זו יוצרת בעיית תדמית בשיווק המקצוע למנהלים וגם לתלמידים. היעדר הקונספט משפיע כמובן גם על מדיניות המשרד.

המרואיינות הצביעו על קונפליקט בין הוראת התחום בשתי חטיבות הגיל: הטענה של מורי החטיבה העליונה היא שמורי החטיבה "גרפו את הגימיקים" ולכן נדרשת חלוקה של נושאי ההוראה. אולם כל זמן שלא היה תכנון רצף לימודי וספירלי של הוראת המקצוע נותרו בעינן הטענות שאופי הוראת מקצוע התקשורת בחטיבת הביניים שלח לחטיבה העליונה תלמידים שהשתעממו לכגוש חומרים דומים או פחות אטרקטיביים. אחת ההצעות שהועלו הייתה לעסוק בחטיבת הביניים בתקשורת כתופעה של צריכה ובחטיבה העליונה להיעזר בה כמתווכת ומעצבת של חינוך לאזרחות.

מאחר שהמקצוע נאלץ "להצדיק את עצמו על בסיס קבוע", בשלב מסוים ניסו מדריכי התקשורת ברשות המפמ"ר לחבור לקדימויות של משרד החינוך: הוראת אזרחות, יהדות, טיפול באלימות, וחינוך. מכאן נולדו יוזמות שהניבו תכניות לימוד כמו "צופים יוצרים", "איך לעשות סרט" (שנבנה בשיתוף עם מט"ח), ולבסוף "תרבות יחיד-חברה" שזכתה לתפוצה רחבה יחסית. התכניות תיווכו למעשה בין תכנית הלימודים הרשמית "החוברת הירוקה" לבין המורים שהתקשו ליישמה והמדריכים שהתקשו לשכנע בתי ספר נוספים לכלול את המקצוע בתכנית הלימודים.

לבסוף חיוו המרואיינות את דעתן בשאלת תכנית הלימודים הראויה בתקשורת. מקבץ הדברים משרטט תכנית לימודים המכוונת ל"צריכה ביקורתית" שמטרתה לכוון את מודעות התלמיד לאופן שבו מובנים תוצרי המדיה, אילוציהם והשלכותיהם. הוראת תקשורת גם נקשרה להוראת אזרחות והועלתה הטענה שאי אפשר להיות אזרחים מתפקדים ללא צריכת תקשורת. המרואיינות סבורות כי התלמידים צריכים להיות מסוגלים לבטא את דעתם ועליהם להיות מצוידים בכלים שיאפשרו להם לפעול בבטחה בזירת הצרכנות הפוליטית. התכנית צריכה לסמן "שביל זהב חמקני", בין ללמוד לצרוך באופן ביקורתי ובין לא לומר "התקשורת עוינת", "לבקר כדי לשפר ולא לסתום פיות". הוראת התקשורת צריכה ליצור הבנה של החוויה הצרכנית (פרסום, החוויה הפוסט מודרנית, מרכזי קניות) ולעמוד גם על ההבניה הפוליטית הגלומה בה, לנתח באופן תקשורתי את תרבות הפנאי ולהבין את הנרטיבים התקשורתיים ואת הזהויות הנבנות באמצעותם.

נספח ב: שאלוני המחקר

1. שאלון למורה לתקשורת ולרכז/ת המקצוע

א. כללי

שם המורה:

שם בית הספר: **יישוב:**

1. הוראה בחט"ב (אפשר למלא יותר משובה אחת) : 1. בכיתה ז 2. בכיתה ח 3. בכיתה ט
2. הוראה בחט"ע: 1. כן 2. לא
3. ריכוז מקצוע: 1. כן 2. לא
4. מין: 1. זכר 2. נקבה
5. ותק בהוראת המקצוע: 1. שנה ראשונה 2. שנתיים עד חמש שנים 3. שש עד תשע שנים 4. עשר שנים ומעלה
6. השכלה:
 1. בוגר/ת החוג לתקשורת באוניברסיטה או במכללה
 2. בעלת הכשרה מעשית באחד ממקצועות התקשורת (ציין/י מקצוע וסוג מוסד מכשיר)
 3. מוסמך בחוג לתקשורת באוניברסיטה או במכללה
 4. אחר
7. השתייכות בית-הספר: 1. לחינוך הממלכתי 2. לחינוך הממלכתי-דתי 3. לחינוך הערבי/דרוזי (דוברי ערבית)
8. לפי איזו תכנית לימודים בתקשורת/בקולנוע את/ה מלמד/ת השנה? (אם את/ה מלמד/ת תכניות שונות בדרגות כיתה שונות, נא ציין/י איזו תכנית את/ה מלמד/ת באיזו שכבת גיל)
 1. "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" מתשנ"ג (הוצאת ת"ל) בכיתה
 2. "יחיד, חברה תרבות" (פריסת נושאי הוראה בתקשורת וקולנוע, חובר ב ידי צוות מפמ"ר) בכיתה
 3. תכנית ייחודית עיונית בעיקרה שנבנתה על ידי המורה על בסיס הכשרתו המקצועית בכיתה
 4. תכנית ייחודית מעשית בעיקרה שנבנתה על ידי המורה על בסיס הכשרתו המקצועית
 5. תכנית ייחודית בדגש עיוני שנבנתה על ידי גוף חיצוני. נא רשום את שם התכנית ואת הגוף המפעיל בכיתה

6. תכנית ייחודית בדגש מעשי שנבנתה על ידי גוף חיצוני. נא רשום את שם התכנית ואת הגוף המפעיל בכיתה

ב. תכנית הלימודים בתקשורת (חלק זה מיועד למורים שאינם מלמדים לפי התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע")

9. נא ספרי על המאפיינים התוכניים, מאפייני ההוראה והמאפיינים הערכיים של התכנית אותה את/ה מלמד/ת. נא פרטי

10. האם את/ה מכיר/ה את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" (תשנ"ג, ת"ל)?
1. כלל לא 2. במידה מעטה 3. במידה בינונית 4. במידה רבה 5. במידה רבה מאוד

11. נא ציין/י מדוע אינך מלמד/ת לפי תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"

ג. חוות דעת על תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" (חלק זה מיועד למורים המלמדים לפי תכנית זו, באופן מלא או חלקי)

12. עד כמה את/ה מכיר/ה את תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?
1. כלל לא 2. במידה מעטה 3. במידה בינונית 4. במידה רבה 5. במידה רבה מאוד

13. כמה שנים את/ה מלמד/ת לפי התכנית? (כולל שנה נוכחית)
1. שנה ראשונה 2. שנתיים עד חמש שנים 3. שש עד תשע שנים 4. עשר שנים ומעלה

14. אילו נושאים מתוך תכנית הלימודים בחרת ללמד השנה (תשס"ד)? נא הקף/י בעיגול את מספרי הנושאים:

1. הבדיון בטלוויזיה 2. הבדיון בקולנוע 3. תעודה בטלוויזיה 4. תעודה בקולנוע 5. אקטואליה וחדשות בטלוויזיה 6. ספורט בטלוויזיה ובקולנוע 7. מוזיקה בטלוויזיה ובקולנוע 8. פרסומות בטלוויזיה ובקולנוע 9. תכניות מיוחדות בטלוויזיה 10. פעילות מעשית

15. מה היו שיקוליך בבחירת נושאים אלה?

16. מבין הנושאים שלימדת או שתלמד השנה (מתוך הרשימה שהוצגה לעיל) מהם הנושאים להם הקדשת או שתקדישי תשומת לב רבה במיוחד? מה הם שיקוליך/שיקוליך? נא פרטי

17. לגבי נושאים שבחרת לא ללמד, מה היו שיקוליך/שיקוליך?

18. מהם לדעתך ההיבטים החיוביים (עניין, רלוונטיות, קוהרנטיות, הממד הערכי וכיו"ב) של תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?
19. מהם לדעתך החסרונות (חוסר עניין, חוסר רלוונטיות, ישימות נמוכה וכיו"ב) של תכנית הלימודים "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע"?
20. אילו פרקים או נושאים רצוי לדעתך לשנות, להוסיף, להוריד או להחליף בתכנית הלימודים הנ"ל? נא פרטי
21. האם לימדת השנה תקשורת/קולנוע בשילוב עם מקצועות נוספים? 1. כן 2. לא
אם כן, עם אילו מקצועות? 1. היסטוריה 2. אזרחות 3. אקטואליה 4. אמנות 5. אחר
22. האם נתקלת בקושי ליישם את תכנית הלימודים בכיתה? נא פרטי
23. מה לדעתך חושבים תלמידיך/תלמידייך על לימודי התקשורת והקולנוע (כפי שהם לומדים אותם)? נא פרטי והסבר על מה מתבססת התרשמות זו.
24. באיזו מידה התנסו תלמידיך/תלמידייך בפעילות מעשית בתקשורת?
1. כלל לא 2. במידה מעטה 3. במידה בינונית 4. במידה רבה 5. במידה רבה מאוד
25. נא סמן/י את הפעילויות המעשיות בתקשורת של התלמידים בכיתתך:
1. רדיו בית-ספרי 2. עיתון בית ספרי 3. צילום אירועים בבית הספר 4. הכנת סרט וידאו
5. יוזמה של אירועים בית-ספריים בעלי נגיעה ללימודי המקצוע 6. אחר
26. האם לדעתך התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע" רלוונטית לתקופה בה אנו חיים?
1. כלל לא 2. במידה מעטה 3. במידה בינונית 4. במידה רבה 5. במידה רבה מאוד
27. אם סימנת בשאלה קודמת 1, 2, או 3 (התכנית אינה רלוונטית או שהיא רלוונטית במידה מעטה או במידה בינונית) מה לדעתך ניתן לעשות (ברמת התכנים, המתודות העקרונית וכיו"ב) כדי להפוך אותה לרלוונטית?

28. עד כמה סייעו לך הפרקים השונים בחוברת התכנית "חינוך לצפייה בטלוויזיה וברדיו" לגבש וליישם את תכנית ההוראה?

סייע במידה רבה מאוד	סייע במידה רבה	סייע במידה בינונית	סייע במידה מעטה	לא סייע כלל	
5	4	3	2	1	1. פרק המבוא לחינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע
5	4	3	2	1	2. פרק המטרות ועקרונות התכנית
5	4	3	2	1	3. פרק ההמלצות לדרכי הוראה וחומרי לימוד
5	4	3	2	1	4. פירוט לפי נושאים: הבדיון בטלוויזיה
5	4	3	2	1	5. פירוט לפי נושאים: הבדיון בקולנוע
5	4	3	2	1	6. פירוט לפי נושאים: תעודה בטלוויזיה
5	4	3	2	1	7. פירוט לפי נושאים: תעודה בקולנוע
5	4	3	2	1	8. פירוט לפי נושאים: אקטואליה וחדשות בטלוויזיה
5	4	3	2	1	9. פירוט לפי נושאים: ספורט בטלוויזיה ובקולנוע
5	4	3	2	1	10. פירוט לפי נושאים: מוזיקה בטלוויזיה ובקולנוע
5	4	3	2	1	11. פירוט לפי נושאים: פרסומות בטלוויזיה ובקולנוע
5	4	3	2	1	12. פירוט לפי נושאים: תכניות מיוחדות בטלוויזיה
5	4	3	2	1	13. פירוט לפי נושאים: פעילות מעשית
5	4	3	2	1	14. החוברת בכללותה

29. אילו פרקים את/ה מציע/ה להרחיב במסמך תכנית הלימודים? (אפשר לסמן יותר מאפשרות אחת)

1. פרק המבוא לחינוך לצפייה בטלוויזיה ובקולנוע
2. פרק המטרות ועקרונות התכנית
3. פרק ההמלצות לדרכי הוראה וחומרי לימוד
4. הפירוט לפי נושאים

ד. מטרות בהוראת התקשורת (חלק זה מיועד לכל המורים המלמדים תקשורת/קולנוע)

בחלק זה אנו מבקשים ללמוד על דעותיך ועמדותיך בנוגע להוראת מקצוע התקשורת ומטרותיו הכוללות.

30. מדוע חשוב לדעתך ללמד תקשורת בחטיבת-הביניים?

31. לפניך שורה של מטרות ללימודי התקשורת. נא סמן/י את בחירתך בנוגע למידת החשיבות של כל אחת מהן. בעמודה האחרונה משמאל נא חוו את דעתכם/ לגבי המידה בה המטרה ניתנת להשגה לפי המדרג הבא (נא כתבו מספר בתוך הטבלה):

1 = המטרה כלל לא ניתנת להשגה 2 = המטרה ניתנת להשגה במידה מעטה 3 = המטרה ניתנת להשגה במידה רבה מאוד
 4 = המטרה ניתנת להשגה במידה רבה 5 = המטרה ניתנת להשגה במידה רבה מאוד

מטרה ניתנת להשגה	חשובה במידה רבה מאוד	חשובה במידה רבה	חשובה במידה בינונית	חשובה במידה מעטה	כלל לא חשובה	
	5	4	3	2	1	1. לפתח בתלמידים כישורים הנחוצים לצריכה ביקורתית של תקשורת (שיפוט אידיאולוגי אסתטי וערכי)
	5	4	3	2	1	2. לפתח את הטעם האמנותי של התלמידים באמצעות היכרות עם היצירה התקשורתית בתחומים וז'אנרים מגוונים
	5	4	3	2	1	3. לפתח מודעות והערכה לחשיבות התקשורת החופשית בחברה דמוקרטית
	5	4	3	2	1	4. לעודד מעורבות והשתתפות אזרחית בנוגע לנושאים המוצגים בתקשורת (בארץ ובעולם)
	5	4	3	2	1	5. לזהות ולהעריך את מקומה של התקשורת כמשקפת וכמייצרת תרבות, וכמפרשת את המציאות
	5	4	3	2	1	6. לפתח מודעות ויכולת ניתוח של היבטים אתיים הנוגעים לתקשורת
	5	4	3	2	1	7. ללמד מיומנויות ולעודד התנסות פעילה ביצירה בתחום התקשורת
	5	4	3	2	1	8. להקנות הבנה של יחסי ממסד-תקשורת
	5	4	3	2	1	9. לערוך הכרות עם טכנולוגיות של תקשורת ועם אמצעי מדיה שונים (קולנוע, רדיו, אינטרנט וכיו"ב)
	5	4	3	2	1	10. לפתח סובלנות לפלורליזם תרבותי והכרת השונה באמצעות חשיפה לתקשורת
	5	4	3	2	1	11. לערוך הכרות עם מפת התקשורת בישראל (בעלויות, יחסי-גומלין ואינטרסים)
	5	4	3	2	1	12. לפתח התבוננות ביקורתית בפרסומות ובמשדרי תעמולה
	5	4	3	2	1	13. להבין שתוצרים של תקשורת המונים הם פועל יוצא של בחירות מקצועיות ואנושיות ולא שיקוף ניטרלי של מציאות
	5	4	3	2	1	14. אחר :

32. במידה ולא השגת מטרות החשובות לך, נא ציין/י מה הסיבה לכך? נא התייחס/י להיבטים ארגוניים, היבטים ערכיים, השתלמויות מורים, גישת בית-הספר ועוד. נא פרטי/י ככל האפשר.

33. מה ניתן לעשות כדי שמטרות אלה תושגנה?

34. אנו מבקשים לבדוק את דעתך על הישגי התלמידים לפי מדדים ספציפיים, שנקבעו על ידי כותבי תכנית הלימודים. נא סמן/י באיזו מידה הושגו היעדים הבאים (אם אתה מלמד/ת ביותר מדרגת כיתה אחת נא סמן/י כאן לאיזו כיתה את/ה מתייחס/ת, לפי בחירתך _____)

במידה רבה מאוד	במידה רבה	במידה בינונית	במידה מעטה	כלל לא	
5	4	3	2	1	1. התלמידים מסוגלים לדון על תגובותיהם לטלוויזיה ולקולנוע ולהביע סיבות להנאה, להעדפה ולדחייה
5	4	3	2	1	2. התלמידים מודעים לרגשות של הזדהות ודחייה כלפי גיבורים ודמויות או לרגשות של דחייה כלפיהם
5	4	3	2	1	3. התלמידים מודעים לשוני בתגובות של צופים שונים
5	4	3	2	1	4. התלמידים מודעים למקום שתופסים אמצעי התקשורת בחייהם ובחברה הסובבת
5	4	3	2	1	5. התלמידים מסוגלים להעריך את התועלת שהם מפקים מהטלוויזיה ומהקולנוע, ואת הצרכים שאמצעי התקשורת מספקים עבורם
5	4	3	2	1	6. התלמידים מודעים לכך שאמצעי התקשורת מהווים מקור הן לבידור הן למידע
5	4	3	2	1	7. התלמידים מודעים למאפיינים של תוכן וצורה בעיצוב תוצרים שונים
5	4	3	2	1	8. התלמידים מסוגלים לגלות תבניות וקונוונציות בעיצוב של תוצרים שונים
5	4	3	2	1	9. התלמידים מסוגלים להבחין בסימני היכר של תבניות וז'אנרים שונים
5	4	3	2	1	10. התלמידים מסוגלים לזהות מרכיבים שונים של אמצעים טכניים ואמנותיים בביטוי בשפת הקולנוע והטלוויזיה
5	4	3	2	1	11. התלמידים מודעים ליחס בין צורה ותוכן בשימוש באמצעים אלה ובדרכי הצגה מילוליות וקוליות
5	4	3	2	1	12. התלמידים מודעים לאופן עיצוב הדמויות על המסך
5	4	3	2	1	13. התלמידים מסוגלים להבחין בשימוש שגרתי בשימוש יוצא דופן בדרכי הצגה תוך התייחסות לסגנון ולביטוי אישי ייחודי
5	4	3	2	1	14. התלמידים מסוגלים לקשר בין דימויים חזותיים וקוליים והערכים שהם מייצגים
5	4	3	2	1	15. התלמידים מודעים לשימוש במין, באלמנטים ובסטריאוטיפים – כאמצעי למשיכת קהל
5	4	3	2	1	16. התלמידים מסוגלים לפתח גישה ביקורתית לייצוגיות של ערכים
5	4	3	2	1	17. התלמידים מודעים לשיקולים כלכליים והשפעתם על הפקת התוצרים
5	4	3	2	1	18. התלמידים מודעים להשפעה של אידיאולוגיות ופוליטיקה על התוצרים