

משרד החינוך  
מזכירות הפדגוגית  
הפיקוח על הוראת התקשורת והקולנוע

# תוכנית הליבה

## בחינוך למדיה

## בחינוך היסודי

"להסתכל זה דבר אחד  
לראות את מה שאתה מסתכל עליו זה דבר אחר  
להבין את אשר ראית זה שוב דבר אחר  
ללמוד ממה שהבנת זה כבר משהו אחר לגמרי  
לפעול על פי מה שלמדת זה עיקר העיקרים"

אמרה טאויסטית

---

הטלויזיה החינוכית, רח' קלאוזנר 14, רמת אביב, טל' ומשיכון : 03-6466380, נייד : 056-282490  
פקס : 03-5325659 e mail: doritb@education.gov.il  
כתובת אתר הפיקוח: [www.education.gov.il/media\\_studies](http://www.education.gov.il/media_studies) :

**רציונאל**

התקשורת מלווה אותנו בכל שעה משעות היממה, התקשורת מעדכנת אותנו בנעשה סביבנו, מתערבת ועוזרת לנו להחליט: מה ללבוש? מה ואיפה לבלות? איך להראות? עבור מי להצביע? ... לולי התקשורת לא היינו יודעים, והרבה ממה שאנו יודעים, נודע לנו רק ממה שאנו רואים, שומעים ו/או צופים בה.

- המדיה מהווה היום סביבת חיים דומיננטית בסביבות חיינו.
- המדיה היא מקור וספק עיקרי, נוח, נגיש ולא מחייב של צרכים אנושיים בחברה המודרנית כגון: הצורך בידע, במידע עדכני, בשייכות, בבידור, בפורקן מתחים ובהדרכה.
- המדיה מהווה את המרחב הציבורי שלנו (המדורה השבטית) אשר סביבו ובתוכו מתנהלים חיינו.
- המדיה החליפה את הבן-אדם בתור סוכן חברתי מרכזי של חיינו. דרכה אנו פוגשים אנשים חדשים, מרכלים, מבקרים במקומות מעניינים ...
- המדיה מהווה היום בית-ספר אלטרנטיבי, מתחרה, מושך ולא מאיים.
- אנחנו תלויים במדיה ... המדיה תלויה בנו ... והאחראיות מוטלת על כולנו.

## עד כמה אחראית המדיה בעיצוב התודעה של כלל החברה

### ושל הילדים בפרט?

המחקרים מצביעים על חמישה תחומי השפעה של המדיה על ילדינו:

#### 1. א. תחום תרבות הפנאי

- חיי החברה של הילדים תלויים תלות בלתי מתפשרת במדיה (בפרט בטלוויזיה): תוכן הביילויים המשותפים, נושאי הדו-שיח.
- כמות הזמן שילדים מקדישים לעיסוק במדיה (בפרט טלוויזיה ומחשבים) גדול בהרבה מהשעות שהילד מבלה בכיתה ובבית-הספר.
- תרבות חדר שינה: הטלוויזיה והמחשב הם חלק מהרהיט הסטנדרטי בחדרי ילדים בימינו.

#### ב. תחומי ההתנהגות

- המדיה הוא מקור לחיקוי במיוחד בקר הילדים. ההשפעה יכולה להיות בתווך המיידי: התנהגות צרכנית כל שהיא, או לתווך ארוך: התנהגות ערכית התנהגות אלימה, התנהגות סטראוטיפית, וכו'.

#### 2. עיצוב תפיסות עולם, ערכים ונורמות

- לגיטימציה לסטראוטיפיות.
- לגיטימציה לתחרותיות, חומרנות, הרדיפה אחרי המעמד החברתי ...
- דימוי האישה בחברה ובמשפחה.
- לגיטימציה לאלימות המדיה קובעת מה הוא: טוב, יפה, דמוקרטי, סקסי, מודרני

#### 3. יחסי מבוגרים – ילדים

- היום, ערוצי המדיה השונים מהווים מקור מידע מרכזי פתוח ונגיש לכולם, עובדה אשר שינתה בצורה משמעותית את מערכת היחסים בין הורים לילדים בתוך המשפחה, ובין מורים לתלמידים בתוך בית-הספר. ההורה או המורה אינם עוד המקור הבלעדי לידע ולכן הם הפסיקו להיות לעיתים גם המקור הבלעדי לסמכות, לחיקוי ולהערכה.
- שליטת הדור הצעיר בטכנולוגיות המתקדמות (שימושי מחשב, גלישה באינטרנט, שימוש בקומפקט-דיסק, רשם-קול או וידאו) מעניקה לילדינו-תלמידינו שליטה בידע, שלרוב המבוגרים חסר. שליטה בידע פירושו שליטה בכוח.
- הבית ובית-הספר הפסיקו (בסדר זה) להיות גם הגורמים הבלעדיים המחנכים לערכים, נורמות ותפיסות עולם. המנחים בערוצי הילדים, דוגמניות הצמרת, שחקני הקולנוע הטלוויזיה, הם הדמויות לחיקוי עבור הדור הצעיר.

**על כן, אחראיות בית-הספר להכשיר ולחנך דור המסוגל לתפקד בצורה משכלת בסביבות התקשורת השונות של חייו ותורם לאיכות חיי הפרט והחברה :**

- דור של צרכני מדיה מודעים: לעוצמתה של המדיה, לאסטרטגיות עיצוב המסר שלה, לאופייה הסטריאוטיפי, לפנייתה אל מכנה משותף רחב ככל האפשר, למטרותיה הכלכליות רווחיות, ולתפקידה החשוב בחברה דמוקרטית "יהתקשורת היא כלב השמירה של הדמוקרטיה".
- צרכני מדיה פעילים, ביקורתיים, מעריכים ומגיבים למסרים השונים במדיה.
- צרכני מדיה ספקניים, הבודקים ושואלים ללא הרף: מה פורסם במדיה ומה לא ולמה? איפה זה פורסם? כיצד אפשר אחרת? האם יש מקום להגיב? אם כן הכיצד?
- צרכני מדיה הצורכים ומשתמשים בה בצורה משכלת, נבונה ויעילה.

**כל אדם מקיים כמה וכמה סוגי תקשורת (קשרים) בחיי היום-יום:**

- קשר בינו לבין עצמו, לפנימיותו ולמהותו.
- קשר בינו לבין בני אדם אחרים, היות והאדם הוא מטבעו יצור חברתי הזקוק לחברה על מנת להתקיים ולתפקד כהלכה.
- קשר עם אמצעי תקשורת מרובים ומשתנים ללא הרף המציפים אותו מכל עבר.

הבנת תהליכי התקשורת על סוגיה השונים (תקשורת תוך-אישית, בין-אישית, המונים והמונאישית) תוביל לפתיחות ולסובלנות, להבנת ולקבלת טובה יותר של השונה בחברה ותיתן לגיטימציה לעולם רב גווני של דעות ותגובות. היום, כידוע, בתקשורת המונים התהליך אינו חד סטרי וליחיד השפעה על תקשורת המונים לא פחותה מזו של התקשורת עליו.

**חובתנו ואחריותנו ללמד את תלמידינו לממש את זכותם ואת חובתם להגיב על הנעשה סביבם, כ"יחידים רבים", כלומר, להמון לא דומם בעל יכולת השפעה לא מבוטלת.**

**מטרות כלליות:**

## מטרות התכנית הן לסייע ללומדים בפיתוח כשרים והתנהגויות הדרושים לשם דיאלוג מושכל עם מבעים באמצעי תקשורת ההמונים לסוגיהם:

1. הבנת יחסי הגומלין שבין המציאות הפיזית והחברתית-תרבותית שבה חיים התלמידים לבין עולם התקשורת הסובב אותם:

### מטרות

1. חינוך אזרח אוטונומי, ביקורתי, מעורב ופעיל בסביבות חייו התקשורתיות, התורם לאיכות חיי הפרט והחברה
2. חינוך לדמוקרטיה: מודעות למקומם של אמצעי התקשורת בחברה, בדיקת איכות תפקודם ומימוש הזכות והחובה לתגובה
3. חינוך לצריכה נאורה של טקסטים בסביבות חיים תקשורתיות
4. חינוך לשימוש מושכל במאגרי מידע מתחום תקשורת ההמונים
5. חינוך לשימוש בתחום התקשורת כאמצעי ללמידה משמעותית
6. פיתוח יצירתיות ויכולת ההפקה בשפות ובטכנולוגיות של תקשורת המונים

### תכנים (צורות ידע)

1. מושגי יסוד בתקשורת

א. מודלים של תקשורת  
הכרות עם מודל הקווי  
הכרות עם המודל המעגלי  
הכרות עם המודל הספירלי

ב. סוגי תקשורת  
תקשורת תוך אישית  
תקשורת בין אישית  
תקשורת המונים

ג. שפות התקשורת  
שפה לא מילולית  
שפה מילולית דבורה  
שפה מילולית כתובה  
שפה חזותית  
שפה קולית

2. טקסטים בתקשורת  
תבניות מקובלות לארגון טקסטים במדיה

א. חדשותיים  
ב. שכנועיים  
ג. חדשותיים

## דרכי גישה לתכנים (סטנדרטים)

ארבע סטנדרטים מרכזיים :

### 1. מודעות:

התלמידים יהיו מודעים שאוריינות מדיה היא חלק מכישורי חיים

- א. העלאת מודעות רכישת ע"י רכישת ידע בסיסי
- ב. התלמידים יבינו ששימוש במדיה ירחיב את הניסיון הלימודי/חינוכי שלהם
- ג. התלמידים יבינו שמסורת וניסיון קודם משפיעים ע"י פרשנות המדיה
- ד. התלמידים יבינו שהטקסטים במדיה (מסרי המדיה) מובנים
- ה. התלמידים יבינו את החשיבות של צריכה ביקורתית ומאוזנת של המדיה

### 2. ניתוח:

תלמידים ינתחו את המרכיבים של מסרי המדיה על מנת להבין כיצד הם בנויים, תפקידם, תכנותיהם, כוונותיהם והשפעתם של הנמענים

- א. התלמידים יבינו שכל המסרים במדיה מובנים
- ב. התלמידים יבינו שמאחורי כל מסר במדיה נמצא מוען בעל כוונות ומטרות
- ג. התלמידים יבינו שהנמען מפיק משמעות אישית מכל מסר במדיה
- ד. התלמידים יבינו שכל המסרים במדיה מופקים בשפות ובטכנולוגיות תקשורת ייחודיות.
- ה. התלמידים יבינו שכל מסר מדיה מייצג מציאות חברתית ותרבותית, חלקית ומתווכת.

### 3. הערכה:

התלמידים יעריכו בצורה מושכלת את מסרי המדיה

- א. התלמידים יעריכו את המרכיבים האסתטיים של מסרי המדיה
- ב. התלמידים יעריכו את האלמנטים הערכיים והמוסריים של המדיה
- ג. התלמידים ילמדו להעריך את הכוונות, נקודות המבט והמטרות של מסרי המדיה
- ד. התלמידים ילמדו להעריך את השפעות המדיה על קהלי יעד שונים
- ה. התלמידים ילמדו להעריך ולבחור מקורות מידע ואמצעי תקשורת לצרכים לימודיים שונים כגון: מחקר, פרזנטציות ועוד.

### 1. הפקה:

תלמידים יפיקו מסרים במדיה

- א. התלמידים יחלטו על המסר שרוצים למסור, יבחרו את המדיום המתאים ביותר להעברתו
- ב. התלמידים יציגו את המסר באמצעות תהליך הפקה בשפות ובטכנולוגיות שיבחרו
- ג. התלמידים יציגו את תוצריהם

**מיומנויות**

**כישורים**

**ערכים**