

'יצרן': ה'צרכן' כ'יצרן' ברשת האינטרנט במערכת החינוך

שירלי דרוקר שטרית*

<https://doi.org/10.54301/AMAJ2106>

מילות מפתח: יצרנות, פדגוגיות חדשניות, הוראה ולמידה מקוונות, תוכן מופק-יצרנים

'חותמת דיגיטלית' ובעקבותיה נותר פרוטוקול דיגיטלי מלא, ההופך לאובייקט הנתון בעת הצורך להעתקה, לחיפוש, לשיתוף, לציטוט מחדש וכן למשוב ולהערכה. למעשה, נוצר מאגר תוכן מקוון (טקסטואלי וחזותי) של נתונים מתועדים והם תורמים לצריכתו ולייצורו של מידע חדש.

מערכות החינוך המקומיות והעולמיות הלוקליות והגלובליות ערכו באופן מסורתי הפרדה דיכוטומית בין צרכנים ליצרנים. הן הציגו כאחת ממטרותיהן את מעבר הלומדים לאורך שנות לימודיהם (יסודי, תיכון ואקדמיה) מתפקיד 'צרכני מידע' ליצרני מידע' באופן שיתרום לפיתוח ידע חדש בתחומי תוכן שונים ובדרכים רבות ומגוונות. אולם בעידן הווה 2.0, ובעיקר אל מול צמיחתן של פלטפורמות למידה דיגיטליות ורשתות חברתיות, ישנן תיאוריות חדשות אשר מערערות על חשיבה זאת ורואות בתהליך של צריכת הידע ויצירת הידע כמשולבים ואורגניים. יצרנות במרשתת מדגימה דפוס של השתתפות פעילה, הואיל ויצרנים גם מפרסמים ומפיצים תוכן מקוון וגם צורכים ומגיבים על תכנים של אחרים (דרוקר שטרית ונוי, 2023). הם אינם נמענים פסיביים, אלא גם יוצרים אקטיביים, זאת בדומה לתפיסה של בחטין (Bakhtin, 1986), הרואה בנמענים אקטיביים באמצעות 'הקשבה פעילה', אשר מטבע הדברים צוברת מהויות חדשות בסביבה הדיגיטלית. יצרנים מדגימים במרשתת קריאה שאינה לינארית אלא רוחבית ומולטי-מודלית, שליטה בהיפר-דקדוק, הפעלת יצירתיות בפענוח דימויים בעת שימוש בהסמלות חזותיות (אייקונוגרפיות), וכן התמצאות בקודים ובסמלים תרבותיים חדשים לצד שימושי השפה המסורתית (לזרסון, 2012).

בשנים האחרונות, ובייחוד בשל המשבר העמוק שהביאה עימה מגפת הקורונה, מערכות החינוך מקדמות שיטות פדגוגיות רבות ללמידה במרשתת (במודלים סינכרוניים וא-סינכרוניים) ובאמצעות טכנולוגיות מתקדמות (Ghosal, 2020). מוסדות חינוכיים רבים משתמשים בפלטפורמות למידה מקוונות, דוגמת 'Moodle', 'Google Classroom' וכן אתר הלמידה הדיגיטלי הרשמי של משרד החינוך, במטרה לקדם את שיטת הלמידה היצרנית. בכך מודגמת התממשות היצרנות במערכת החינוך הן על ידי מורים הן על ידי תלמידים. באמצעות פלטפורמות אלו מורים יכולים להעלות חומרי לימוד ומשימות וכן לקרוא

המושג 'יצרן' (prosumer) הופיע לראשונה בטקסטים של מקלוהן ונוויט (McLuhan & Nevitt, 1972), והוא הלחם של המילה 'יצרן' (producer) עם המילה 'צרכן' (consumer). המושג החל להיות נפוץ לאחר שהוא הופיע בספר 'הגל השלישי' (The Third Wave) מאת אלווין טופלר (Toffler, 1980). טופלר, סוציולוג ועתידן אמריקאי, פיתח תיאוריית גלים חברתית-כלכלית-תרבותית שבמסגרתה ישנם מספר 'גלים'. הגל השלישי מתאר מעבר מכלכלת תעשייה כבדה לכלכלה המבוססת על ידע. לפי התיאוריה, המאפיין העיקרי והחשוב ביותר בעידן 'הגל השלישי' הוא מידע, ולכן בחברה הפוסט-מודרנית הדרך לצמיחה היא באמצעות צריכה ויצירה של ידע (Niezgoda, 2013). כשאנשים, יחידים וקבוצות, מייצרים וגם צורכים את התפוקות, הסחורות, המידע והשירותים - הם למעשה מתפקדים כיצרנים. מאמר זה יבחן את השילוב בין ה'צרכן' וה'יצרן' וימחיש פדגוגיות חדשניות במערכת החינוך בזירה הדיגיטלית - כאלה הרואות את הפוטנציאל הטמון ביישום היצרנות עבור הלומדים והמלמדים בעידן החדש.

עידן הווה 2.0 מוגדר כהידודי ושיתופי. הוא מוביל להפקת מידע אשר מופץ בקצב חסר תקדים ובהיקפים עצומים. מחקרים עדכניים שנעשו בישראל ובעולם (ראו למשל דרוקר שטרית ונוי, 2023) מצביעים על כך שיצרנות מקוונת מתממשת בעידן הווה 2.0 בעיקר באמצעות תוכן מופק-משתמשים, ובמאמר זה - תוכן מופק-יצרנים (להלן תמ"י). מדובר בתוכן מקוון שמופק מרצון, לרוב ללא עלות, על ידי משתמשים 'מן השורה' - גברים ונשים, צעירים ומבוגרים כאחד. תמ"י מאופיין בצריכה ובהפקה של נתונים מסוגים שונים: מילוליים (טקסטים כתובים), כמותיים (דירוג כוכבים, סימוני 'אהבתי' [לייקים]), שיתופיים (חזותיים (תמונות וסרטונים), פרצופונים ועוד (Li & Hecht, 2021)). באמצעות תמ"י יצרנים מותירים אחריהם במרשתת

* שירלי דרוקר שטרית היא דוקטורנטית בבית הספר לתקשורת באוניברסיטת בר-אילן ומרצה במכללה האקדמית ספיר. היא משמשת כיועצת אקדמית לדוברי ערבית במחלקה ללימודים רב-תחומיים ומלמדת בחטיבה לחינוך ובחטיבה לרטוריקה. מחקריה מתמקדים בנייתו שיח וייצוג דיגיטליים בפלטפורמות הערכה, שימושים במדיה חדשים ובמיעוטים בתקשורת.

ותלמידים יכולים לקרוא, ליצור ולערוך ערכים בוויקיפדיה באופן המדגים את 'עיקרון השיתוף החי' (Jones & Fox, 2009), ובמסגרתו הם לא נותרים צופים פאסיביים אלא הופכים למשתתפים פעילים (Nimrod et al., 2015). זאת ועוד - באפשרותם לשתף מידע בנושאים שונים באמצעות סרטונים שמועלים ליוטיוב וכן להיחשף לתגובות, להורדות, לסימוני 'אהבתי' [לייקים] ולשיתופים ביחס לתוצרים אלה (Sun & Chen, 2016). שימוש ברשתות חברתיות מקוונות דוגמת טיקטוק, אינסטגרם, פייסבוק וטוויטר, כתיבת טוקבקים באתרי תוכן מקוונים וכן כתיבת ביקורות מקוונות בפלטפורמות מרחביות דוגמת גוגל מפות, מהווים גם הם דוגמאות שכיחות במיוחד ליצרנות מקוונת במאה ה-21. שימושים אלה מדגימים כיצד מורים ותלמידים יכולים להפיק תכנים אשר עשויים להגיע עד חלקו האחר של העולם, וכן להגיב על תכנים של אחרים, כולל שלהם עצמם. כך למעשה מתבטאת תקשורת טרנס-תרבותית הכוללת אינטראקציה עם אנשים מרקעים שונים ומגוונים (Ji, 2019), והיא מובילה בהכרח להפעלת כישורי השיח והשפה של היצרנים ולשיתוף דעותיהם וחוויותיהם במרחב המקוון (Lang et al., 2021).

מאפייני המרחב המקוון הפכו אותו לגורם רב-משמעות ולאחד מהתורמים העיקריים לתהליך ההעצמה האישית והחברתית של יצרנים שונים - פרטים, קבוצות, מורים ותלמידים. הזירה המקוונת מאפשרת "אינטראקטיביות, חיזוק התקשורת הבין-אישית, הרחבת הרשתות החברתיות, גישה קלה באופן יחסי למשאבים תרבותיים, מקור לצריכת מידע, כלי המאפשר השתתפות פעילה בחברה וכדומה" (דרוקר שטרית 2016, עמ' 9). נוסף לכך, היא מסייעת ליצור קשרים עם משתמשים בעלי עולמות תוכן דומים (Hong et al., 2020) ומאפשרת לאנשים עם מגבלות פיזיות או מרחביות להשתתף בפעילויות ובאירועים שלא היו זמינים עבורם בעבר (Taddicken, 2014). בה בעת, האנונימיות שמאפשרת הרשת הדיגיטלית (במקרים מסוימים), עשויה לסייע לקבוצות רבות, וביניהן לתלמידים רבים, להביע את עצמם ולהשתתף בפעילויות שבהן הם לא היו יכולים או מעיזים להשתתף בסביבתם הפיזית (Cohen et al., 2013). לצד יתרונות אלו ואחרים המרחב המקוון טומן בחובו גם סכנות רבות, במיוחד לתלמידים צעירים, למשל: היחשפות לוורוסים ולתכנים אלימים, מאיימים, מסיתים ובזים, הונאות אינטרנטיות, ניסיונות לגניבות זהות, שימוש במידע אישי למטרות זדוניות ועוד (Tsay-Vogel, 2016). לצעירים רבים חסרה יכולת להתמודד באופן מיטבי עם איומים אלה, ולכן מוסדות חינוך רבים מקיימים הדרכות במטרה לסייע ללומדים להפוך ליצרנים נבונים - כאלו אשר צורכים וגם מייצרים תכנים חינוכיים, ערכיים ואחראיים.

חשוב להדגיש - התלמידים במערכת החינוך של ימינו נולדו לתוך העידן הדיגיטלי. אחוז גדול מבני הדור מבלה שעות רבות במרשתת (כולל באמצעות הטלפונים החכמים) - בצריכה וביצירה של תכנים. הם התרגלו לקבל שירותים דיגיטליים

את התוצרים השונים של תלמידיהם ולהגיב עליהם - ישירות בפלטפורמה. התלמידים בתורם יכולים לצפות בחומרי הלימוד, להגיב עליהם ולפתור אותם, לכתוב שאלות ותשובות (כולל למוריהם ולחבריהם לספסל הלימודים), וכן להגיש את המבחנים, המטלות והמשימות. נוסף לכך רבות מהפלטפורמות מאפשרות תוסף של 'פורום', שבמסגרתו ניתן לדון בסוגיות שונות, לקרוא דעות של אחרים וכן להיחשף למקורות נוספים של מידע באופן שמדגים את הגישה היצרנית (Archambault et al., 2022).

יצרנות במערכת החינוך מתבטאת גם באמצעות הפעלת שיטה פדגוגית הקרויה 'למידה מקוונת בהתאמה אישית' (Ghosal, 2020). גישה זו מאפשרת לכל תלמיד ללמוד בצורה המתאימה לו ובהתאם ליכולותיו האישיות ולמטרות החינוכיות שהציבו לו מוריו. למידה בשיטה זו מאפשרת למורים לערוך התאמות אישיות לכל תלמיד (כולל דרישה לביצוע משימות מקוונות מחוץ לשעות הלימוד בבית הספר). כיצרכן התלמיד לומד לצרוך תכנים מקוונים וליצור תכנים מקוונים בהתאם לקצב הלימודי, לרמת הידע, למשימות האישיות ולצרכים שלו, וכך יש לו הזדמנויות רבות יותר להצלחות. למידה בהתאמה אישית על גבי פלטפורמה דיגיטלית מאפשרת גם לקיים מעקב אישי מסודר אחר כל תלמיד, הכולל פרוטוקול דיגיטלי מסודר שיועבר להורי התלמידים. גם ההורים מתפקדים בתורם כיצרנים - הם מקבלים מידע מעודכן 'בזמן אמת' ויכולים להגיב עליו באופן שמעבר ישירות למורה ללא גורמי תיווך נוספים. כל אלו מדגימים כיצד מתבטאת יצרנות במערכת החינוך באמצעות צריכה ויצירה של מידע וידע על גבי פלטפורמות חינוכיות מקוונות.

'למידה מרחוק' מדגימה גם היא את הגישה היצרנית. היא מתבססת על מגוון של כלים במטרה לאפשר ללומדים וכן למלמדים לצרוך מידע ולייצר מידע. בהקשר זה, חשוב להדגיש שהמרשתת כמולטי-מדיה מעודדת הידודיות באופן שמאפשר 'לינמען'/'צרכן', וחשוב מכך - גם לאחרים, להשפיע על התכנים של 'המוען'/'יצרן', בשונה מדו-הסטרויות אשר נהוגה לרוב בכיתות הלימוד. בהתאם לכך, שינויים נוספים באים לידי ביטוי - דוגמה לכך היא סדר הלמידה המקובל שמשנתה במסגרות מסוימות ובמקרים מסוימים (להרחבות ראו 'מודל הכיתה הפוכה' המעודד למידה עצמאית של התלמיד גם בדרכים מקוונות הכוללות הכוונה מצד הצוות החינוכי, ורק לאחר מכן יישום באמצעות תרגול משותף בכיתה עם שאר תלמידי הכיתה וצוות ההוראה). לכן שיטות למידה חד-כיווניות במערכת החינוך ('מלמעלה-למטה') נתפסות כמיושנות קמעה במונחים של יחסי מורה-תלמיד במאה ה-21, שהרי בימינו תלמידים רבים משכילים 'לנצל' את המיומנויות הדיגיטליות שלהם כדי להגיע לחומרי לימוד שלא הועברו ישירות בידי מוריהם (Cohen et al., 2013).

יצרנות מתבטאת גם באמצעות פלטפורמות מקוונות שאינן מקושרות למוסדות החינוך בקשר ישיר. אלו מאפיינות במנעד רחב של מזמינויות (Affordances), שימושים ואפשרויות. מורים

- Li, H., & Hecht, B. (2021). 3 stars on Yelp, 4 stars on Google Maps: A cross-platform examination of restaurant ratings. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4, 1-25. <https://doi.org/10.1145/3432953>
- McLuhan, M., & Nevitt, B. (1972). *Take today: The executive as dropout*. Harcourt Brace Jovanovich.
- Niezgoda, A. (2013). Prosumers in the tourism market: The characteristics and determinants of their behavior. *Poznan University of Economics Review*, 13(4), 130-141.
- Nimrod, G., Adoni, H., & Nossek, H. (2015). The Internet as a cultural forum: A European perspective. *International Journal of Communication*, 9, 321-341.
- Sun, A., & Chen, X. (2016). Online education and its effective practice: A research review. *Journal of Information Technology Education*, 15, 157-190. <https://doi.org/10.28945/3502>
- Taddicken, M. (2014). The 'privacy paradox' in the social web: The impact of privacy concerns, individual characteristics, and the perceived social relevance on different forms of self-disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 248-273. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12052>
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. Bantam books.
- Tsay-Vogel, M. (2016). Me versus them: Third-person effects among Facebook users. *New Media & Society*, 18(9), 1956-1972. <https://doi.org/10.1177/1461444815573476>
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y. & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.001>

המותאמים לדרישותיהם בקלות, כמעט ללא עלות ובאופן מהיר. לכן, המלצתי למערכת החינוך היא להתמיד בשילוב פדגוגיות מקוונות חדשניות המבוססות על טכנולוגיה, אשר בעבורם היא טבע שני. כמו כן, יש להמשיך ולפתח מערכי שיעור בנושא שימוש מושכל במרחב המקוון. באמצעותם יוכלו המלמדים והלומדים, המורים והתלמידים, לתפקד באופן מיטבי כ'יצרנים' - 'צרכנים' ו'יצרנים' של מידע וידע - בפלטפורמות של מוסדות החינוך ומחוצה להם.

המקורות

- דרוקר שטרית, ש' (2016). זהות היברידית - המיעוט הבדואי ורשת האינטרנט. **לקסי-קיי**, 6, 8-10.
- דרוקר שטרית, ש' ונוי, ח' (2023). "חזית ועורף לב אחד": תוכן מופק יצרנים וחוסן חברתי בגוגל מפות. **מסגרות מדיה 23**, 13-38. <https://doi.org/10.57583/MF.2023.23.10029>
- לזרסון, ע' (2012). **אורינות בתרבות הנוער: עיון בשימושי שפה ואורינות של צעירים באתר ראפ ישראלי**. חיבור לשם קבלת תואר דוקטור לפילוסופיה. אוניברסיטת בראילן.
- Archambault, L., Leary, H., & Rice, K. (2022). Pillars of online pedagogy: A framework for teaching in online learning environments. *Educational Psychologist*, 57(3), 178-191. <https://doi.org/10.1080/00461520.2022.2051513>
- Bakhtin, M. M. (1986). *Speech genres and other late essays*. University of Texas Press.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2013). *Research methods in education*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203720967>
- Dennhardt, S. (2014). *User-Generated Content and its impact on branding how users and communities create and manage brands in social-media*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02350-8>
- Ghosal, A. (2020). Making sense of "online pedagogy" after COVID-19 outbreak. *CEA Critic*, 82(3), 246-249 <https://doi.org/10.1353/cea.2020.0040>
- Hong, S., Jahng, M. R., Lee, N., & Wise, K. R. (2020). Do you filter who you are? Excessive self-presentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior*, 104, 106-159. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106159>
- Ji, Q. (2019). Exploring the motivations for live posting during entertainment television viewing. *Atlantic Journal of Communication*, 27(3), 169-182. <https://doi.org/10.1080/15456870.2019.1610762>
- Jones, S., & Fox, S. (2009). *Generations online in 2009*. Pew Internet & American life project, 1-17. Retrieved from: <https://bit.ly/3GfRmpy>
- Lang, B., Dolan, R., Kemper, J., & Northey, G. (2021). Prosumers in times of crisis: Definition, archetypes and implications. *Journal of Service Management*, 32(2), 176-189. <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2020-0155>