



## אסטרטגיית התקשורת

**משוב על הפעילות התקשורתית של הקרן ודיון בדרכים ליצירת תנועה חברתית סביב ההשקעה במצוינות בלמידה ובהוראה של תחומי המתמטיקה והמדעים בתיכון.**

משכנות שאננים, אולם ג'ינוגלי, 3 בנובמבר 2016, 10:30-11:30

לצד התכניות והמענקים, קרן טראמפ מפעילה אסטרטגיית תקשורתית. מטרתה לתת גיבוי, לדחוף ולהניע מומנטום ציבורי שיצור ביקוש למצוינות בהוראה ובלמידה של המתמטיקה והמדעים. לשם כך בשלב ראשון הקרן צלצלה בפעמונים והצביעה על ההידרדרות במספר בוגרי חמש היחידות ועל מחסור הולך ומחריף במורים. בשלב שני היא קראה אל הדגל דור חדש ומוכשר של מורים.

בעקבות המלצות המועצה המייעצת משנת 2014 החלה הקרן לפעול באפיקים תקשורתיים לרתימת ההורים והתלמידים ולהניעם לפעולה. הפעילות התקשורתית כיום כוללת כתבות ומאמרים באמצעי המדיה השונים: עיתונות, טלביזיה ורדיו, וכן פעילות ענפה ברשתות החברתיות. קהילת "הגיע זמן חינוך", מונה למעלה מ-33,000 חברים וחברים הפעילים בפייסבוק ומקיימים דיאלוג.

מתוך הקהילה הוקם מגזין דיגיטלי שהפך במהרה לכתב-העת החינוכי הגדול והנפוץ בישראל, בו כותבים למעלה מ-150 חברים. באחרונה הקרן החלה בשיתופי פעולה עם גופי תקשורת גדולים כדי לעודד בחירה במסלולי המצוינות בתיכון. פעילות זו כוללת קמפינים פרסומיים, כנס גדול וסדרת ילדים בטלביזיה. פעילות זו מעוררת דיון ציבורי סוער המתחלק בין תומכים ומתנגדים.

### שאלות לדיון

1. האם ניתן לעודד יצירה של "תנועה חברתית" לקידום המצוינות שתמשיך ותדחוף את סדר היום הזה בבתי הספר ובציבור? כיצד תנועה שכזו מתנהגת ומהם הצעדים שיש לנקוט כדי לסייע לה לצמוח? האם מהלך שכזה אפשרי בצל הביקורת וההתנגדות?
2. האם צריך וכיצד אפשר לגשר על הפער בין הצורך התקשורתי במסר רך ומרגש של צמצום פערים ובין תכניות הקרן המתמקדות בעשייה פדגוגית מקצועית? האם ניתן לפנות במקביל אל הלב ואל הראש, וכיצד?
3. איך ניתן 'לטפטף' תקשורתית סיפורים של עשייה מקצוענית של גופים איכותיים ואנשים רציניים, כך שתתקבל התחושה ש-'משהו טוב קורה'? האם ניתן להגיע ל-tipping point בתודעה כאשר התחושה הציבורית כלפי מערכת החינוך אינה תמיד חיובית?

לקראת הדיון מומלץ לקרוא את חומרי הרקע הבאים:

א. [דוח תיעוד: "הצמחת תנועה חברתית דרך המדיה הדיגיטלית", מעין אלכסנדר ואור שמש](#)

## משתתפים

1. טל אלכסנדרוביץ'-שגב, יועצת תקשורת של קרן טראמפ
2. מרב דמרי, מנהלת עמותת רואים רחוק
3. איילת זיו אב, קשת
4. הילי חורב-קסוטו, מנכ"לית ערוץ הילדים
5. רועי פליישמן, יועץ תקשורת של קרן טראמפ
6. אור ב. שמש, עורכת המגזין הדיגיטלי 'הגיע זמן חינוך'