

השפעת הכוונה מטה קוגניטיבית והכוונה

לאוריינות מדיה על פיתוח אוריינות

תזונתית בנושא שתייה

חיבור לשם קבלת התואר "דוקטור לפילוסופיה"

מאת

חגית כהן

בית הספר לחינוך

הוגש לסנט של אוניברסיטת בר-אילן

תקציר

המטרה המרכזית של המחקר היא להעריך השפעת הכוונה מטה קוגניטיבית לבדה ובשילוב הכוונה לאוריינות מדיה על אוריינות תזונתית בהקשר לשתייה. קיימים מחקרים שבדקו השפעת הפחתת צריכת משקאות ממותקים או עלייה בשתיית מים על השמנה אך ברובם לא היה אפיון של תהליך שינוי ההתנהגות (Zoellner et al., 2014). מעט המחקרים שמטרתם לחולל שינוי התנהגות בהקשר לצריכת משקאות ממותקים נעשו בקרב מבוגרים (Hu, 2013; Malik, Pan, Willett, & Hu, 2013). ישנה חשיבות רבה למחקר שיכול לזהות תהליכי שינוי בהקשר להפחתת צריכת משקאות ממותקים בקרב ילדים. למיטב ידיעתנו, **חסרים מחקרים הקושרים בין הכוונה מטה קוגניטיבית לשינוי התנהגות** בכלל ולאוריינות תזונתית בפרט. כמו כן חסרים מחקרים הבודקים השפעת שילוב של הכוונה לאוריינות מדיה עם הכוונה מטה קוגניטיבית על אוריינות תזונתית.

המחקר הנוכחי מצמצם חוסר זה, שכן הוא בדק את ההשפעה של הכוונה מטה קוגניטיבית עם או בלי הכוונה לאוריינות מדיה על אוריינות תזונתית, ואפיין את תהליכי שינוי ההתנהגות. במסגרת המחקר פותחו שתי הכוונות שמטרתן להעלות את האוריינות התזונתית.

- הכוונה מטה קוגניטיבית מטרתה שהתלמידים ידעו לתכנן מה לעשות על מנת להצליח לשתות יותר מים ופחות שתייה מתוקה, לבקר את עצמם האם אכן הם פועלים כראוי, לבדוק מה הקשיים וכיצד ניתן להתגבר עליהם.
- הכוונה לאוריינות מדיה מטרתה שהתלמידים ידעו לנתח מסרים מהפרסומות ולחשוב עליהם באופן ביקורתי.

נמצא כי :

1. **הכוונה מטה קוגניטיבית** תרמה לעלייה גבוהה יותר בעמדות בכלל ובמסוגלות אישית בפרט, בהקשר לאוריינות תזונתית. נמצא שיפור באיכות שתייה ביום יום ובאירועים מיוחדים והתלמידים בדקו יותר את צבע השתן לאחר ההתערבות.
2. **הכוונה מטה קוגניטיבית** העלתה את המודעות המטה קוגניטיבית.
3. **הכוונה לאוריינות מדיה** הובילה לעלייה גדולה יותר במקורות מידע לגבי אוריינות תזונתית (התלמידים פחות מסתמכים על המסר בפרסומות). כמו כן נמצאה ירידה מובהקת במידת ההסכמה עם המסר בפרסומות ועלייה בעמדות ביקורתיות כלפי הפרסומות.
4. **לא נמצאה השפעה משולבת** של שתי ההכוונות על אוריינות תזונתית.
5. **אפיון רכישת אוריינות תזונתית-ידע ועמדות**: נמצאה עלייה בידע בקרב כל התלמידים, משום שכולם למדו ולימדו למה חשוב לשתות מספיק מים ומהם הנזקים בשתיית משקאות מתוקים. בעקבות רכישת הידע ועיבודו אנו רואים שינוי בעמדות שלהם. לאחר ההתערבות חשוב לכל התלמידים להפחית בשתיית משקאות מתוקים ולשתות מספיק מים. **התנהגות**: כל התלמידים מדווחים על הפחתת שתייה מתוקה, עלייה בשתיית מים ובדיקת צבע השתן קריאת סימון תזונתי ורכיבים. חלק מהתלמידים מדווחים על שינוי בהתנהגות גם בקרב המשפחות. השינוי בהתנהגות נובע מהבנה של נזקי השתייה מתוקה וחוסר שתייה מספקת

של מים ומהבנת הרווחים הצפויים מהשינוי. **תלמידים שקיבלו הכוונה מטה קוגניטיבית משתמשים במודעות מטה קוגניטיבית ככלי לשינוי התנהגות.**

6. **אפיון רכישת מודעות מטה קוגניטיבית** - התלמידים שקיבלו הכוונה מטה קוגניטיבית מתכננים מנטרים ומבצעים הערכה, כאשר הם מכינים את הפעילות לילדים הצעירים יותר בעקבות הכוונה שקיבלו. נמצאה העברה של שימוש במודעות מטה קוגניטיבית גם לתחומי תוכן נוספים: עליה באוריינות מדיה, הכנת פעילות בנושאים שונים ועוד.

7. **אפיון רכישת אוריינות מדיה** - התלמידים פיתחו חשיבה ביקורתית כלפי הפרסומות, הם למדו להתנגד להשפעה של הפרסומת, כנראה כיוון שלמדו להשוות בין ההבטחות והמסר שמועבר בפרסומות לבין הנזק שנגרם בעקבות שתיית המשקאות. בעקבות זאת ככל הנראה חל שינוי בעמדות התלמידים, שטוענים שחשוב ללמד מה מטרת הפרסומות, על מנת שהילדים יפחיתו בשתיית המשקאות המתוקים שלא יחלו בעששת.

המחקר הינו מחקר שדה דמוי ניסוי (quasi experimental) במערך 2*2, המדגם כלל 419 תלמידים מכיתות ה', ו' מבתי ספר ממלכתיים מרקע סוציו אקונומי גבוה. התלמידים למדו בשיעורי מדעים יחידת לימוד- אוריינות תזונתית בהקשר לשתייה. הם הכינו והעבירו שיעור לתלמידי כיתות א-ד שמטרתו הפחתת שתייה מתוקה ושתיית מספיק מים. הכיתות הוקצו באופן אקראי לארבעה תנאי ניסוי: **מטה ומדיה**- הכוונה מטה קוגניטיבית והכוונה לאוריינות מדיה. **מטה**- הכוונה מטה קוגניטיבית. **מדיה** הכוונה לאוריינות מדיה. **ביקורת**- ללא הכוונה. תכנית ההתערבות נמשכה כחמישה חודשים.

נעשה שימוש בשיטות כמותיות ואיכותניות לבדיקת השפעת ההתערבות על אוריינות תזונתית, ולאפיון השינוי. פותחו שאלונים ייחודיים לבדיקת אוריינות תזונתית, מודעות מטה קוגניטיבית ואוריינות מדיה, כולם בהקשר לשתייה. התלמידים ענו על שאלונים מקוונים לפני ואחרי ההתערבות. לאחר ההתערבות רואינו חלק מהתלמידים, נותחו הראיונות, התשובות להכוונה מטה קוגניטיבית והטקסטים שכתבו התלמידים.

למחקר תרומה בתחום התיאורטי, המתודולוגי והיישומי.

בתחום התיאורטי

- א. נמצא קשר בין הכוונה מטה קוגניטיבית לעלייה באוריינות תזונתית בהקשר לשתייה.
- ב. לראשונה נמצאה השפעת הכוונה מטה קוגניטיבית על שינוי התנהגות- שתיית מספיק מים.
- ג. נמצאה השפעה של הכוונה מטה קוגניטיבית על עלייה באוריינות מדיה- עליה בעמדות ביקורתיות ועליה בהבנת המסר בפרסומות.

בתחום המתודולוגי

- א. פותחו **הכוונות**: הכוונה מטה קוגניטיבית, הכוונה לאוריינות מדיה שתיהן בהקשר לשתייה.
- ב. פותחו **שאלונים**: שאלון אוריינות תזונתית בהקשר לשתייה, הבודק ידע ועמדות בהקשר לשתייה ושאלון שתייה- הבודק התנהגות בהקשר לשתייה. שאלון מודעות מטה קוגניטיבית בהקשר לשתייה ושאלון אוריינות מדיה בהקשר לשתייה.
- ג. פותח **ראיון חצי מובנה** להערכת רכישת אוריינות תזונתית, רכישת מודעות מטה קוגניטיבית ואוריינות מדיה כולם בהקשר לשתייה.

בתחום היישומי

- א. פותחה יחידת לימוד הכוללת הכוונה מטה קוגניטיבית שמטרתה העלאת האוריינות התזונתית בהקשר לשתייה. מומלץ לשלב את יחידת הלימוד כחלק מתכנית לימודי המדעים.
- ב. פותח כלי לשינוי התנהגות בעזרת מודעות מטה קוגניטיבית (בקרה על הקוגניציה), שיכול לתרום להפחתת צריכת שתייה מתוקה והקפדה על שתיית מספיק מים. חשיבות פיתוח כלי כזה היא בין השאר בהפחתת סיכון למחלות שונות הקשורות לצריכת משקאות מתוקים בקרב התלמידים.