

המאפיינים הבולטים של קבוצות החברים ושל מנהלי הקבוצות ב"שלובים"¹

סמדר בריטל ותמי זייפרט

תקציר

לפני כמה שנים הוחלט להקים בישראל רשת חברתית מקצועית בשפה העברית, בשם "שלובים", המיועדת למורי-מורים ולכל העוסקים בחינוך. הרשת נועדה להוות מקום מפגש לשיתוף מקצועי בין העוסקים בחינוך, לשמש לשיתוף ולהבניית ידע באופן שיתופי, להתפתחות מקצועית ולתמיכה רגשית. רשת זו נועדה גם להוות מסגרת להתמקצעות, להתעדכנות ולהעצמה אישית של מורים בבתי הספר ושל מכשירי מורים.

מטרת המחקר הנוכחי² הייתה לחשוף את מאפייני הקבוצות ואת ראשיתן, הפועלים ברשת "שלובים" במהלך ארבע שנות פעילותה הראשונות, וכן לחקור את המניעים לפתיחת הקבוצות ואת מידת הפעילות בהן. מטרה נוספת של המחקר הייתה ליצור דגם מנחה לקובעי מדיניות ולפעילים ברשתות חברתיות מקצועיות.

שיטת המחקר מבוססת על שילוב בין הגישה האיכותנית-פנומנולוגית והגישה הכמותית. הנתונים נאספו באמצעות 16 ראיונות עומק פתוחים וחצי מובנים, ראיונות מאזכרים, קבוצת מיקוד, יומן חוקר וניתוח נתונים כמותיים על פעילות הקבוצות.

ממצאי המחקר מצביעים על קבוצות מרובות משתתפים ועל קבוצות מעוטות משתתפים, על קבוצות סגורות ופתוחות ועל יוזמות שונות שהובילו לפתיחתן. תרומתו של המחקר הובילה להבנת חשיבות הקבוצות ברשת חברתית מקצועית עבור החברים בה ולהבנת חשיבות פעילות ראשי הקבוצה, דפוסי הפעולה שלהם לקידום השיח בקבוצה והחלטה על פתיחתן או סגירתן של הקבוצות בפני חברי הרשת.

חשיבותו של המחקר בהבנת הגורמים להצלחה או לאי הצלחה של הקבוצות ברשת "שלובים", בהמלצות של חברי הרשת להמשך פעילות הקבוצות ברשת ובתפיסת חשיבותן של הקבוצות כמשאב להתפתחות אישית ומקצועית.

מילות מפתח: קבוצות, חינוך, רשת חברתית מקצועית, מנהל קבוצה

הקדמה

בשנים האחרונות עברה הפעילות המקוונת מפורומים העוסקים בנושאים שונים לרשתות חברתיות (Sayan, 2016). פעילות זו תופסת את הנתח הגדול ביותר של זמן המשתמשים במרשתת ברחבי העולם. 82% מכלל אוכלוסיית משתמשי האינטרנט – כ-1.2 מיליארד איש – משתמשים ברשתות חברתיות. עוד נמצא שישראל היא השיאנית העולמית בהתמכרות לפייסבוק ולרשתות חברתיות אחרות (Radwanick, Lipsman, & Aquino, 2011). וולר (Weller, 2007) מאפיין שלוש רמות של הימצאות קהילה אינטרנטית: (א) רשת חברתית של מכרים; (ב) רשת של תרומה לשיח בקהילה; (ג) רשת של חברות מחייבת. לאנשי חינוך, העובדים בדרך כלל לבד, נחוצות תדיר מסגרות לשיתוף ידע, לבניית ידע,

¹ "שלובים" – הרשת החברתית מקצועית של מכון מופ"ת. <http://shlulvim.macam.ac.il/>

² המחקר נערך בתמיכת מכון מופ"ת ובתמיכת האגף להכשרת עובדי הוראה במשרד החינוך.

להתמקצעות מתמדת ולהתעדכנות שוטפת. נמצא כי מסגרות אלה חיוניות להתפתחותם המקצועית, וחלקן אף זמינות כיום במרחב הווירטואלי (Hindin, Morocco, Mott & Aguilar, 2007). הרשתות החברתיות מאפשרות למורים ולאנשים העוסקים בתחום החינוך להתקבץ יחדיו סביב ענייני המקצוע, להשמיע את קולם, לעודד זה את זה בטיפול בסוגיות יומיומיות ולאפשר להם לשתף בעצות טובות – וכל זאת בסביבה לא מאיימת (Hindin, et al., 2007).

לכן, בשנת 2010 הוחלט במכון מופ"ת (בית ספר למחקר ולפיתוח תוכניות לימודים וסגלי הוראה העוסקים בהכשרת מורים. המכון הוא מסגרת יחידה מסוגה בישראל ובעולם) להקים רשת חברתית מקצועית בשם "שלובים"³, המיועדת למורי מורים ולכל העוסקים בחינוך. הרשת הוקמה כדי לתת במה למורים, למורי מורים ולמובילי חינוך בישראל, ולאפשר להם חשיפה ליוזמות ברמה הלאומית והעולמית בתחום החינוך ובתחום הכשרת המורים, וכן כדי לעדכן אותם על אודות אירועים חינוכיים הנוגעים להוראה ולהכשרת מורים. רשת "שלובים" ייחודית בישראל בהיותה מקשרת בין אנשי חינוך במסגרות חינוך מגוונות: בתי ספר, מכללות ואוניברסיטאות. כדי לתמוך בחבריה מלווים את הרשת מנהל פדגוגי ויועצת טכנולוגית.

קהילות למידה מקוונות

רשתות חברתיות מרחיבות את הזמן ואת מקום הלמידה (Greenhow, Robelia & Hughes, 2009; Mazman & Usluel, 2010; Boyd, 2014; John, 2012; Wilson, Boe, Sala, 2009). זהו מקום מפגש שבו נוצר ידע קולקטיבי על ידי המשתמשים באופן שיתופי ושוויוני ומתוך כוונה להפיצו. מאפייני העיצוב של האינטרנט – בעיקר היכולת לתקשר פתוחה, בלתי ריכוזית וחזקה – הם שמעודדים שיתופיות וניהול עצמאי של מידע בקהילות מקוונות (Brown, 2001).

הקהילה מאפשרת למשתתף לחבור לקבוצת מומחים ועמיתים, לשתף מידע, לשפר את הביצועים של חברה ולהבנות ידע לשימוש עתידי (Lave & Wenger, 1991). בקהילות המקוונות ישנה מחויבות של חבריהן ונכונות להשתתפות פעילה (Barker, 2006; Shoop, 2009). יש כללים ברורים להתנהגות בקהילה, לטיב המנהיגות שלה ולסוגי הארגונים שחבריה מקושרים אליהם (Shoop, 2009). הספרות מצביעה על החשיבות של הגדרת מטרות ברורות לקהילה (Mc-Dermott, 1999; kim, 2000), על חשיבות תפקידה במילוי צורך אמיתי בעבודה ובהתפתחות הלמידה של חברה (Hung & Chen, 2001) ועל חשיבות החיבור בין קהילת הידע לתהליכים ארגוניים (Bishop, Bouchlaghem, Glass & Matsumoto, 2008).

זאת ועוד, קהילות ידע מקוונות פועלות בדרך הטובה ביותר כאשר מרכיבים מבניים ותרבותיים תורמים ליצירת מרקם עשיר של קשרי אמון בין החברים, להשראת תחושה של תכלית משותפת, שיתוף פעולה והדדיות (Amin & Roberts, 2008; Hemmasi & Csanda, 2009). ההשתייכות לקהילות מקוונות וההתנתקות מהן נעשות לרוב מתוך בחירה אישית, כאשר הסיבות העיקריות להצטרפות הן הרצון לדון בנושא משותף ולהיחשף למידע על אודותיו

³ <http://shluvim.macam.ac.il>

משום שהם תופסים את עצמם כבעלי יכולת לשתף בחומרים. ועוד, לעיתים אנשים משתפים אחרים משום שהם מאמינים שהנתנה והגמול מעניקים להם כדאיות בהווה ובעתיד. לכן, אנשים שנהנים לעזור לאחרים יתרמו יותר תגובות לרשתות החברתיות (Lin & Huang, 2013). לעומתם, יש חברים המעדיפים לצרוך את המידע הרלוונטי להם בלי לתרום בעצמם בדרך פעילה (Lev-On & Hardin, 2008).

למידה מקוונת

שלושת המרכיבים ההכרחיים למשתתפים בקהילת למידה ברשת הם: (א) נוכחות קוגניטיבית; (ב) נוכחות הוראתית; (ג) נוכחות חברתית (Garrison, Anderson & Archer, 2000). המרכיב הקוגניטיבי, לדעת גריסון ועמיתיו, מתייחס למרכיבי השיח שבהם מופיעה חשיבה ביקורתית הכוללת הבעת דעה, הבנת התהליך לעומקו בתוך הבנת מרכיביו השונים. כמו כן מתייחס המרכיב הקוגניטיבי גם ליכולתו של המשתתף להבנות ידע וליצור משמעות חדשה. הנוכחות ההוראתית כוללת שלושה ממדים: תכנון וארגון תהליך ההוראה, ניהול והכוונה של אירועי למידה ומתן הנחיות ישירות במהלך השיח בתוך יישום המומחיות בתחום הידע. הנוכחות החברתית מוגדרת כיכולתם של הלומדים לבטא את עצמם מבחינה אישית-רגשית. בעוד שהשלושה ניתנים להשגה בנקל בפדגוגיה פנים-אליפנים, לא כך הדבר בסביבות המקוונות המאופיינת בהיעדר אמצעי קומוניקציה הקשורים לשפת הגוף – הבעות פנים, קול, ג'סטות – ועל כן נדרש מאמץ להשיג נוכחות חברתית (Rennie & Morrison, 2012).

מבט אחר מציגה סלמון (Salmon 2000, 2002), על קורס מקוון ועל הפעילות והלמידה האינטראקטיבית המתבצעות בו. היא מצביעה על חמישה מאפיינים של ה-E-tivities שבהם יש חשיבות להנחיית המשתתפים. סלמון בנתה מודל המורכב מחמישה שלבים, ולתפיסתה, בלמידה באמצעות האינטרנט צריכים להתקיים לפחות חלק מן השלבים הללו. אלה כוללים: (א) מוטיבציה ומטרה לביצוע הפעילות; (ב) תהליך חברות המתבסס על אינטראקציה בין לומדים-סטודנטים-משתתפים, וזאת בעיקר דרך הודעות כתובות; (ג) החלפת מידע; (ד) תהליך סינכרוני של הבנייה ויצירה של ידע; (ה) התפתחות – שלב המומחה.

מנהל קהילה מקוונת

מנהל הקהילה המקוונת אחראי להוביל את המרחב הווירטואלי לשם השגת המטרות שהוצבו (Collison et al., 2000). הוא המארח, המאפשר והמארגן של הקהילה הלומדת. עליו לאשר הודעות בהתאם לכללים שנקבעו או לקבוע את הקריטריונים לניהול הדיון, לעורר מוטיבציה, לאפשר ולחזק קשרים ושיתופי פעולה אפקטיביים בין המשתתפים, לייצר אווירה נעימה המאפשרת הבניית ידע, להציע דרכי פעולה ומשוב ולהציע מסקנות. תפקידו הכרחי להצלחת הרשת, שמשקפת את איכות האינטראקציה, את רמת השיתופיות ואת הבניית הידע (Gairín-Sallán, Rodríguez-Gómez & Armengol-Asparó, 2010).

איברי ולרוי (Iriberri & Leroy, 2009) מציינים את תפקידו החשוב של מנהל הקהילה המקוונת בעיקר בשלבים הראשונים להתפתחותה – שלב גיבוש הרעיון, שלב ההקמה ושלב

הצמיחה. בתחילת דרכה של הקהילה נדרשים המנהלים להיות פעילים מאוד בהתנהלותה, הן בגיוס חברים, הן ביצירת מרחבים שונים לדין והן בחיזוק תחושת הקהילתיות, הביטחון והפרטיות של חברי הקהילה. זאת ועוד, בהמשך עשוי להיות למנהל גם תפקיד חשוב בכל הנוגע לתכנים, לפיקוח על סדר היום של הקהילה, לעידוד דיונים, למיתון ולמניעה של "התלקחות" במסגרת הדיונים. כמו כן יש לו חשיבות בהתאמת הסוגיות הנדונות בעבור חברי הקהילה, במניעת הצפה של מידע ובהשגחה שהדיונים המתקיימים בקהילה הם רלוונטיים לנושאים שעל סדר היום שלה (Kim, 2000; Meier, 1998; 2000). אולם, מהמחקרים עולה שגם חברי הקהילה תופסים את תפקודו של המנהל כקריטי להצלחת הקהילה וכן את פעילותו כתורמת לשגשוג הקהילה ולהתפתחותה מפורום לשיתוף ידע (במה להחלפת מידע) לקהילת ידע – מרחב הנבנה באמצעות למידה משותפת (Gray, 2004).

גאטיקר (Gattiker, 2010) מציע כמה פעולות כדי להחזיק את הקבוצה ברשת כך שתשרוד: (א) לתת מבנה ומיקוד לקבוצה ולקטלג באופן ברור את כל ה"פרסומים" (הכוונה למקרים שבהם רק חבר הרשת יכול להעלות מידע חדש או להגיב); (ב) להעניק תמיכה וטיפול למשתתפים על ידי מתן אישור למשתתפים כשהם מצטרפים לקבוצה, מפרסמים ומגיבים לפרסומים; (ג) לחלוק את ניהול הקבוצה עם כמה משתתפים נוספים כדי להקטין את העומס וכך גם לשפר את ההרגשה של החברים; (ד) לפרוס את הפרסום לאורך זמן ולהימנע מריכוז כל הפרסומים בפרק זמן מוגדר. בדרך זו משיגים יותר פעילות בקבוצה ויותר עניין בה.

על מנת להיות מיומן בכל הפעילויות הנדרשות, נמצא כי המנהל עובר חמישה שלבים של רכישת מיומנות (Dreyfus & Dreyfus, 1986) – ממצב טירון (novice) למצב מומחה: (א) טירון; (ב) מתחיל-מתקדם; (ג) מבצע יעיל; (ד) מבצע מיומן; (ה) מומחה. ההתקדמות משלב לשלב ומיומנות למיומנות נעשית באופן היררכי, ובכל שלב יש ללמוד את חשיבותו של השלב הבא, עד להשגתו.

לסיכום, הלמידה המקוונת ברשת תהיה משמעותית יותר כאשר ישנה קהילה תומכת ויש מנהל-מוביל מקצועי לקהילה.

מטרת המחקר

מטרתו של מחקר זה היא לקבל תמונה רחבה ושלמה יותר בעניין הקבוצות הפועלות ברשת "שלובים" ובעניין תרומתם של מנהלי הקבוצות לפעילות השוטפת והעמידת בתום ארבע שנות פעילות.

שאלות המחקר

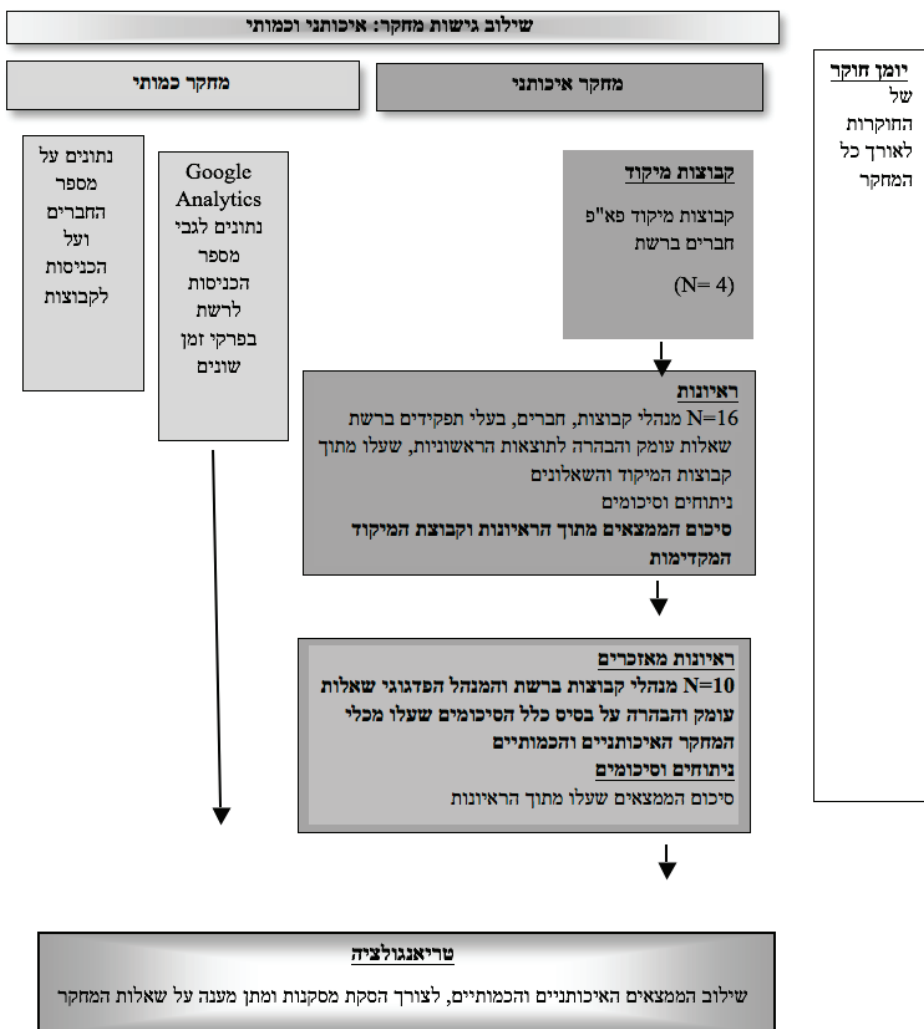
- מה הם המאפיינים הייחודיים של רשת "שלובים"?
- מה הם מאפייני הקבוצות הפועלות ברשת "שלובים"?
- מה הם דפוסי הפעולה של ראשי הקבוצות ברשת "שלובים"?
- מה הם הגורמים להצלחה או לאי הצלחה של הקבוצות ברשת "שלובים"?
- כיצד תופסים חברי רשת "שלובים" את המשך פעילות הקבוצות?

שיטת המחקר

המחקר משלב בין פרדיגמות של מחקר כמותי ושל מחקר איכותני (Johnson & Onwuegbuzie, 2004; Keeves, 1998) – ראיונות עם מנהלי הקבוצות וניתוחים סטטיסטיים באשר לדפוסי פעילותם. שילוב הפרדיגמות תורם לחיזוק הממצאים ומסביר תמות שונות שזוהו. נתונים אלו, יש בהם כדי להוסיף מידע שלא ניתן להפיקו מתוך הנתונים הכמותיים או האיכותניים לבדם (אלפרט, 2010).

איור 1

מערך המחקר – שילוב גישות מחקר: איכותני וכמותי



משתתפים

המשתתפים במחקר הם 16 חברים פעילים. מתוכם יזמית הרשת, המנהל הפדגוגי והיועצת הטכנולוגית, 9 ראשי קבוצה ו-4 חברי קבוצות פעילים נבחרו להשתתף בראיונות. במאמר זה מופיעים המשתתפים בשמות בדויים, כדי להגן על פרטיותם. המחקר נערך תוך שמירה על אתיקה ברשת וקבלת הסכמה מדעת של כל האינפורמנטים.

לוח 1

מרואינים: ראשי קבוצות, חברי קבוצות ובעלי תפקידים ברשת

שם המרואיין	מספר הקבוצות שפתח	מספר הקבוצות שבהן הוא חבר (כולל קבוצות שפתח)
רן	10	20
אילן (מנהל פדגוגי)	7	47
זהר (יזמית הרשת)	8	46
גילה	7	17
זהבה	4	17
דוד	3	5
בת שבע	2	9
מיקי	1	4
כלנית	1	4
נילי	1	5
כרמלה (יועצת טכנולוגית)	1	23
עמי	1	3
משה	0	14
מאירה	0	10
מירב	0	8
ציפורה	0	3
סה"כ	46	

מלוח 1 עולה שבסך הכול 5 חברים, כולל המנהל הפדגוגי, מובילים 36 קבוצות (בין 4 ל-10 קבוצות כל אחת), ואלה מהוות 24% מסך כל הקבוצות. ואלה הקבוצות על פי מספר החברים שבהן: קבוצות 3-5 מונות 6 חברים; קבוצות 8-10 מונות 3 חברים, קבוצות 14-20 מונות 4 חברים.

כלי המחקר

במחקר נעשה שימוש במגוון כלי מחקר אשר תרמו למחקר האיכותני:

- קבוצת מיקוד;
- מתודה של איסוף נתונים המבוססת על ראיונות קבוצתיים, המייצרת תוצרי פיילוט, ואלה מהווים את הבסיס למחקר (Wisker, 2008). במחקר הנוכחי הכילה קבוצת המיקוד ארבעה חברים ברשת, אשר סיפקו את הבסיס לעריכת המחקר זה;
- בוצעו 16 ראיונות עומק חצי מובנים עם מנהלי קבוצות ברשת, שהם גם חברים פעילים, ועם שני בעלי תפקידים (Seidman, 1998; Wisker, 2008; Yin, 2008). ראיונות עומק חצי מובנים הם ראיונות שנערכים על פי שאלות כתובות מראש אך במהלך הראיון מתווספות שאלות, הערות ותובנות על ידי המראיין ועל ידי המראיין (Seidman, 1998; Wisker, 2008; Yin, 2008);
- נערכו ראיונות מאזכרים, שבהם נדרשה הבהרה של סוגיות ושל שאלות שעלו בראיון הראשון (עם תשעת ראשי הקבוצות ועם המנהל הפדגוגי של הרשת);
- נוהל יומן חוקר שבו תיעדו החוקרות את שלבי המחקר, כתבו את החוויות מההתנסות ברשת "שלובים" וסיפקו פרשנויות, תובנות והבנות שעלו במהלך ביצוע המחקר (Ely et al., 2001).

כלים שתרמו למחקר הכמותי:

ניתוחים שהתקבלו מ-Google Analytics בשנות פעילות הרשת על מנת לקבל פרופילים של שימוש בקבוצות שונות ברשת. התקבלו נתונים באשר למספר "הכניסות" (משמעותן כניסת אחד מחברי הרשת או אדם שאינו חבר הרשת רק כדי לצפות בחומרים) לרשת בפרקי זמן שונים.

ניתוח הנתונים

הנתונים האיכותניים נותחו באמצעות תיאור פרשני רווי פרטים "thick description" (Geertz, 1973; צבר בן יהושע, 2016). תיעוד החומרים שהועלו לרשת נקרא כמה פעמים על ידי שני שופטים חיצוניים וחולקו ל"יחידות ניתוח" חוזרות שהוגדרו כקטגוריות (שקדי, 2010, 2011). מאגר הנתונים נותח באמצעות תוכנת Atlas.ti 7.1, תוכנה המציעה כלים לניהול, להשוואה, לארגון ולניתוח נתונים איכותניים. הניתוח הכמותי התמקד בסטטיסטיקה התיאורית על אודות הקבוצות ברשת. התוכנה עוסקת ביצירה ובהשוואה של מדדים לתיאור תמציתי וקל לתפישת של נתונים. היא מסייעת בארגון ובסיכום הנתונים שנאספו מכלי מדידה או הערכה שונים.

המצאים

בפרק זה יוצגו הממצאים המייצגים ארבע שנות פעילות של הרשת החברתית-מקצועית "שלובים". הממצאים מתייחסים ל-152 הקבוצות – פתוחות וסגורות – בעלות מספר גדול וקטן של כניסות או של חברים (משתתפים בקבוצה), הפועלות במשכי זמן משתנים ונושאות אופי שונה של תכנים.

א. מאפיינים ייחודיים של הרשת החברתית "שלובים"

בראיונות ציינו ראשי הקבוצות ברשת "שלובים" את היתרונות בהימצאותם של מגוון כלים ייחודיים ברשת, דוגמת רכיב הקבוצות ואחזור מידע ותוכן במעקב. כלים אלו הוכנו מראש או הותאמו לפי צורכי הקבוצות, ובאמצעותם אפשר לארגן את המידע, להציגו ולבצע מעקב ושמירת חומרים יחד במקום אחד. המרואיינים הדגישו את היתרונות באיתור המידע ובשימוש בו בהתאם לצרכים באופן זמין כל העת, וגם במועדים מאוחרים יותר. כך יכול כל חבר רשת או ראש קבוצה, או שניהם, לתעד את כל המידע שלו או של עמיתו, או של שניהם. אפשרות זו מסייעת רבות לשימוש ברשת ככלי להתפתחות מקצועית. ממצא זה מצביע על יתרון עצום שלא היה קיים בעבר ברשתות אחרות, ושבשנים האחרונות אומץ על ידי חלק מהרשתות.

הנושא שחזר על עצמו פעמים מספר הוא המעבר הרציף בין "פתוח" ל"סגור". ללא קשר אם הקבוצה פתוחה או סגורה, החברים רשאים להחליט איך לפרסם כל פריט – כפריט סגור או פתוח. לכן בקבוצות פתוחות רואים לעיתים פריט או פריטים שהם סגורים לכלל חברי הרשת ופתוחים רק לחברי הקבוצה. קיים גם מצב הפוך, שבו הקבוצה סגורה ותכניה גלויים רק לחברי הקבוצה, אך מתפרסמים בה חומרים המוגדרים כפתוחים ולכן נגישים לכול. יתרה מכך, קבוצה שנעה על הרצף בין פתוחה לסגורה מאפשרת לחבריה את הגמישות ואת הביטחון לכתוב ללא חשש שפרסום רחב ימנע מהם את הרצון לכתוב ולפרסם בקבוצה. לעיתים מעריך ראש הקבוצה שהחומרים מקצועיים מאוד ולא יהיו ניתנים להבנה ולפרשנות על ידי כל אחד, ואז הוא מחליט על סגירת חלק מהחומרים. אבל כל העת פתוחות בפניו ובפני חברי הקבוצה שתי אפשרויות: חומרים פתוחים או סגורים.

יתר על כן הוצגה הסוגיה שבקרב חברי הרשת ישנם אנשים שמסיבות אישיות, מסיבות של דת, של אמונות, של ערכים ושל משאב הזמן אינם פעילים ברשתות אחרות, מתחרות, כמו טוויטר או פייסבוק. לכן, דווקא הייחוד והמיקוד המקצועי של הרשת קוסמים להם ומאפשרים להם להיות פעילים באופן מקצועי ללא צורך לחשוף טפח מחייהם הפרטיים או לבזבז את זמנם על דיווחי עמיתים במגוון נושאים שאין להם עניין בהם. אומרת ראשת קבוצה: "רציתי להכניס אותם לרשת חברתית. היה ברור לי שפייסבוק היא לא אופציה, כי יש המון מורים שמתנגדים. אמרתי, אני אקח אותם לרשת מקצועית – לחשוף בפניהם את עולם האפשרות, לתקשר עם אנשי מקצוע וללמוד מהם ולשתף איתם" (בת שבע).

לסיכום, לרשת "שלובים" יש מאפיינים ייחודיים; התומכים, הארגון והמידע מסייעים במעקב ובשמירת החומרים במקום אחד יחד. כל אלה נבנו מתוך חשיבה והתאמת הצרכים לחבריה. זאת ועוד, מאפיינים ייחודיים אלו נתונים לשינוי מתמיד לפי הבקשות והצרכים של חברי הקבוצה.

ב. מאפייני הקבוצות ברשת "שלובים"

152 הקבוצות ברשת מתחלקות לשתי קטגוריות: 106 (70%) קבוצות פתוחות ו-46 (30%) קבוצות סגורות. מתוך כלל הקבוצות, ניתן ללמוד שכשליש מהקבוצות (45 קבוצות, המהוות 30%) נפתחו בעקבות פתיחה של קורסים, סדנאות והשתלמויות (בעיקר בהובלת מכון מופ"ת ובמשרד החינוך) ו-7 קבוצות (4.6%) נפתחו כדי ללוות פעילויות מסוימות: ליווי אירוע, יום עיון, כנס או מפגש מקוון. מבין הקבוצות, כמחצית (74 קבוצות, המהוות 49%) מיועדות לתמיכה בעבודה טכנולוגית.

קבוצות פתוחות

קבוצות פתוחות הן קבוצות שבהן תוכני הקבוצה פתוחים לכל חברי הרשת ולאורבנים (lurkers), אלה שרק צופים בחומרים ואינם תורמים ידע משלהם (Honeychurch, Bozkurt, Singh & Koutropoulos, 2017). הדחף והבחירה לפתיחת חומרי הקבוצה לכל המעוניין מונע מהרצון לרכוש ידע מקצועי, רחב ועשיר יותר, מהשאפה לשווק את הידע, מהבחירה להעצים את החברים ולהגדיל את מספר החברים בקבוצה: "אני חושב שאנשים בקבוצה פתוחה [הם] 'מינדד' (minded) לקבוצה שלהם, לשווק אותה החוצה לרשתות חברתיות אחרות או להזמין אליה אנשים מתאימים כדי שיעשירו את הקבוצה" (רן).

קבוצות סגורות

קבוצות סגורות מתאפיינות בכך שכל החומרים שבהן חשופים רק לחברי הקבוצה. השיקולים לכך נובעים מהבחירה של חברי הקבוצה או של מי שזים את הקמת הקבוצה. הצטרפות כחבר בקבוצה סגורה טעונה אישור של ראש הקבוצה.

נמצא כי שיעור הכניסות ברוב הקבוצות הסגורות גבוה בהשוואה לרוב הקבוצות הפתוחות. המנהל הפדגוגי של הרשת מביע צער על כך "שכל העושר והיופי" הזה אינו נחלת כל חברי הרשת, ובכך אנשים שאינם חברים בקבוצות הסגורות מפסידים חומרים יקרים וטובים. הם אינם נחשפים לכל הפעילות הרוחשת והגועשת שמתרחשת. בפועל, חברי הרשת שאינם חברים בקבוצה הייעודית ברשת מקבלים תמונה צנועה מאוד של ההיקף, של העומק ושל איכות הפעילות בקבוצות. כך מספר אחד מראשי הקבוצה: "בקבוצות הסגורות התדירות היא הרבה יותר גבוהה. אני מתאר לעצמי שזה מכמה סיבות. חלק מהאנשים לא כל כך רוצים להיות חשופים לרשת, לכן נוהגים יותר לפעול בקבוצות סגורות. ואז הם מרגישים חופשי יותר, אף אחד לא רואה אותם. אני לא מרגיש שום הבדל, לא שמתי לב שיש הבדל מבחינת הניהול של ראש הקבוצה את הרשת, אך אני מניח שמי שנמצא בקבוצה סגורה, גם מבחינת רמת הפעילות שלה, גם הוא בעצמו, כמנהל קבוצה, נרתם ופועל ביתר אינטנסיביות, כי יש אנשים פוטנציאלים שיש סבירות שיפעלו ויעשו יותר דברים" (עמי).

ישנן כמה סיבות לבחור בהגדרת הקבוצה כקבוצה סגורה:

מניעים של החברים להגדרת הקבוצה כסגורה – חברי הקבוצה דבקים בשמירת הקבוצה כסגורה משום שמסגרת זו מעניקה להם יותר אינטימיות ויכולת להתייעצות אישית מקצועית. חברי הקבוצה מעוניינים לשמר את המידע רק לעצמם ואינם רוצים או חשים בצורך לחלוק אותו עם

אנשים "זרים". כך אומרת ראשת קבוצה: "השיקולים בלסגור את הקבוצה היו המורות בעיקר. ברגע שאמרת קבוצה סגורה הן היו נכונות יותר להתנסות" (בת שבע). לעיתים נובע החשש לפתוח את הקבוצה מחוסר ביטחון ומאי רצון להתבלט. כדברי ראש קבוצה: "חלק מהאנשים לא כל כך רוצים להיות חשופים לרשת, לכן נוח להם יותר לפעול בקבוצות סגורות. ואז הם מרגישים חופשי יותר; אף אחד לא רואה אותם" (אילן). פעמים רבות חברי הקבוצה – במיוחד בקבוצות לימודיות שנוצרה בהן היכרות אישית בתוך מפגשי הלמידה בין החברים בקבוצה – ביקשו לסגור את הקבוצה. לעיתים, דרישה של חבר אחד יצרה הד של קהל גדול יותר.

מניעים של ראש הקבוצה להגדרת הקבוצה כסגורה – ראש קבוצה יכול להגדיר את הקבוצה כסגורה מתוך חשש מאי כיבוד חוק שמירת זכויות יוצרים ובגלל הסכנה להיחשפות לתביעות משפטיות בעקבות החומרים המופצים. אומר אחד מראשי הקבוצות הסגורות: "יש מצגות שלא ממש בדקתי ודקדקתי בתוך המצגת, אם יש או אין זכויות. העדפתי שישב כחומר סגור בתוך פעילות ממוקדת ולא משהו שעלול לעלות בחיפוש בגוגל, ואחר כך אני עלול להיתבע בגינו" (רן).

לוגו ושם של הקבוצה

לתיאור הקבוצה, כפי שמופיע ברשת, יש חשיבות. זהו בעצם חלון הראווה של הקבוצה ועשוי להיות מבחן כוח המשיכה שלה לחברים חדשים. ההתלבטות נעה בין שם שמרני וברור המגדיר את חברי הקבוצה לבין שם מיוחד יותר, מושך אומנם, אך כזה שעלול להציג בצורה לא ברורה את אפיון הקבוצה, את חבריה ואת תכניה. כדברי אחד החברים: "חשוב ששם הקבוצה יהיה מושך וקצר ככל האפשר... אני חושב שבעידן הדיגיטלי של הצפת הידע קיים צורך להיות קצת שונה. ואני אוהב לחפש שמות וכותרות מעניינים ומסקרנים כדי שאנשים ייכנסו. מצד שני, אני רוצה שאנשים יגיעו בקלות לקבוצות ולכן מעדיף להשתמש במילים מאוד טריוויאליות שמאפיינות את הקבוצה... החיפוש מעלה בצורה טובה יותר תוצאות" (רן).

ייצוג חזותי של הקבוצה באמצעות שם ולוגו יוצר תחושת לכידות וגאווה לחברי הקבוצה, כמו גם הרגשת שייכות ברשת הגדולה במקרה שבו קומץ אנשים מביא אליה את הלוגו, את הסמלים ואת התכנים שלה. זאת ועוד, שיתוף בסמל של מוסד, של קבוצה או של גוף ברשת הציבורית יוצר תחושה של שיתוף עם יתר חברי הרשת בכך שחברי הקבוצה, באמצעות הלוגו שהם מביאים, פותחים את עולמם בפני האחרים. אומר אחד מראשי הקבוצות: "זה גם יותר אסתטי והופך את הקבוצה לקבוצה ייחודית. זה גם מייצר תחושת גאווה יחידה... אני חושב שהייצוג החזותי גם מבטא את הרעיון המהותי של הקבוצה ומעבר לעניין האסתטי שמציב לוגו כזה, יש בזה איזושהי אמירה... לא רק שאתם אורחים אצלנו על הפלטפורמה של מכון מופ"ת, אלא... [ש] אתם שותפים שווים לעניין" (רן).

תקופת הפעילות של קבוצה ברשת "שלובים"

משך פעילות הקבוצה נגזר מסוג הפעילות וממטרת הקבוצה. הממצאי המחקר מצביעים על שלוש קטגוריות:

קבוצות הפעילות לאורך כל ארבע השנים – קבוצות פעילות הפועלת במשך כל שנות הלימוד במכללה, כאשר אינטנסיביות הפעילות מושפעת מלוח החופשות של בתי הספר. עיקר הפעילות

היא בתקופת הלימודים.

קבוצות הפעילות בתקופת זמן מוגבלת – קבוצות הפועלות במשך קורס או השתלמות, הפועלות כל עוד מתקיימת המסגרת הלימודית. לדוגמה, בקבוצה של בת שבע (אחת מהמנהלות של קבוצת פעילות או אתר) אפשר לראות פרסומים בפרקי זמן התואמים את התקופה שבה התקיימו ההשתלמויות. בתרשים 1 אפשר לראות את התפלגות הפרסומים של ראשת הקבוצה ושל החברים.

קבוצות הפועלות במשך זמן קצר – קבוצות אלה הוקמו על ידי ראש קבוצה, יזם המעוניין לקדם נושא מסוים, אך לא הצטרפו אליהן חברים חדשים, והקבוצה לא התפתחה ודעכה.

תרשים 1

התפלגות הפרסומים בקבוצה של בת שבע לאורך תקופת פעילות הקבוצה



מתרשים 1 עולה כי מרבית הפרסומים היו בין החודשים פברואר 2012 עד יוני 2012 ובין אוקטובר 2013 ועד ינואר 2013. טווחי זמן אלו תואמים את פרק הזמן שבו התקיימו שתי ההשתלמויות. כאשר בוחנים את הפעילות של 105 החברים בקבוצה מול הפעילות של ראשת הקבוצה, שבה 8,448 כניסות, אפשר לראות קשר ישיר בין רמת הפעילות של השניים. בתקופות שבהן ראשת הקבוצה פעילה, קיימת פעילות מצד החברים, ואילו בתקופות שבהן לא קיימת פעילות מצד ראשת הקבוצה, כמעט לא קיימת פעילות מצד החברים.

קבוצות שיש בהן השתנות של נוכחות חברים ומספר כניסות לקבוצה במחקר זה נבחנו שני מדדים מרכזיים לפעילות בקבוצות: מספר החברים או מספר כניסות לכל קבוצה או שניהם במשך כל ארבע השנים שבהן נערך המחקר. זאת כאשר התפלגות מועדי הכניסות היא מחוץ לגבולות המחקר. מספר הכניסות לקבוצה מצביע על בחירה של חברי הרשת להיחשף לקבוצה ולחומרי המידע הנאגרים בה. כפי שמוצג בלוח 2, ישנן 10 קבוצות (מתוך 152 כלל הקבוצות) שמובילות במספר הכניסות ובמספר החברים. מתוכן, 7 קבוצות פתוחות ורק קבוצה אחת סגורה. בבחינת מספר הכניסות עולה כי מספר החברים בקבוצות

בולט ב־6 קבוצות, שכולן פתוחות; יש אלפי כניסות, ובכולן (5 מתוך 6) – פרט לקבוצה "למידה משמעותית בחינוך" (קבוצה סגורה ובה 74 חברים) – יש מעל 100 חברים. הקבוצות הן: 8,448 – **ICT in English – Haifa** כניסות; למידה משמעותית בחינוך – 7,883 כניסות; תמיכה טכנית – 718 כניסות; קליטת תלמידים עולים – 6,735 כניסות; עיתון חי – הכנס הבין־לאומי השישי בתחום הכשרת מורים בנושא חינוך משנה מציאות – 4,278 כניסות; מדריך פדגוגי בעידן תקשוב – 2,226 כניסות. בקבוצת התמיכה הטכנית רשומים באופן רשמי 2,080 חברים, אך ההצטרפות לקבוצה זו הייתה אוטומטית עם הרישום לרשת, ולכן אין לממצא זה כל חשיבות מעבר לעובדת הנגשת הזמינות לתמיכה הטכנית.

מספר החברים: 27 קבוצות, שהן 18% מכלל הקבוצות, הן קבוצות שמונות מעל עשרה חברים, ובכך מתאפשר קיום אינטראקציה ברמה גבוהה יותר. לעומת זאת קיימות 125 קבוצות, שהן 82% מכלל הקבוצות, שבהן יש עד עשרה חברים, ומספר הכניסות בהן נמוך מ־999 בסך הכול. ממצא זה מראה שמספר רב של קבוצות נפתחו, אך התקשו למשוך אליהן חברים רבים, וכתוצאה מכך מספר הכניסות בהן נמוך ובדרך כלל הפעילות בהן צנועה.

ניתוח הפעילות בקבוצות: עולה שקבוצות רבות אינן מתפתחות, כלומר לא גדל מספר החברים בהן או לא נוספים חומרים חדשים, או ששני אלה אינם מתקיימים. אחת הסיבות לכך היא קבוצות עתירות כתיבה, שבהן נדרשת כתיבה רחבה, הגורמת לחברי רשת רבים להימנע

לוח 2

קבוצות בעלות מספר חברים גדול ומספר כניסות רב (מתוך סך כל 152 קבוצות)

שם הקבוצה	סגורה/ פתוחה	מספר חברים	מספר כניסות	משך הפעילות בחודשים
תמיכה טכנית	פתוחה	2080	7188	43
קליטת תלמידים עולים	פתוחה	127	6735	33
מדריך פדגוגי בעידן תקשוב	פתוחה	119	2226	36
ICT in English - Haifa	פתוחה	105	8448	9
עיתון חי – הכנס הבין־לאומי השישי בתחום הכשרת מורים בנושא "חינוך משנה מציאות"	פתוחה	101	4278	16
קבוצת עבודה – רשתות חברתיות בחינוך	פתוחה	77	1042	47
למידה משמעותית בחינוך	סגורה	74	7883	6
הטמעת Moodle – פדגוגיה וטכנולוגיה	פתוחה	55	1567	48
מנחי מדגימים	סגורה	52	723	6
אדירשת	פתוחה	48	1378	7
הוראה וירטואלית באינטרנט – קבוצת משתלמים 2012	פתוחה	26	1428	4 ימים

מהצטרפות אליהן או מפעילות בהן: "יש לי חשש שקבוצות שהן עתירות כתיבה ודורשות הרבה כתיבה, הן קבוצות שההמראה שלהן מעוכבת, כי אנשים חוששים להתבטא בצורה לא מספיק אינטליגנטית ועמוקה" (אילן). ההימנעות מכתבה נובעת מכמה מניעים: חשש שיכולת הכתיבה, הביטוי או דברי התוכן אינם ראויים, חסך במיומנות כתיבה, חוסר זמן או חוסר פניות נפשית. מלוח 2 עולה כי ברשת "שלובים" ישנן 11 קבוצות מובילות במספר החברים ובמספר הכניסות (שמהוות 7% ממספר הקבוצות). מתוכן, תשע קבוצות פתוחות ורק שתי קבוצות סגורות. הקבוצות הגדולות האלו הן: (א) ICT in English – Haifa; (ב) למידה משמעותית בחינוך; (ג) מדריך פדגוגי בעידן תקשוב; (ד) עיתון חי – הכנס הבין לאומי השישי בתחום הכשרת מורים בנושא חינוך משנה מציאות; (ה) תמיכה טכנית וקליטת תלמידים עולים. כל אלה מובילות גם במספר החברים וגם במספר הכניסות. לעומת זאת הקבוצות בנושאים אלו: (א) הטמעת Moodle – פדגוגיה וטכנולוגיה; (ב) קבוצת עבודה – רשתות חברתיות בחינוך – מובילות במספר החברים אך לא במספר הכניסות.

לסיכום, המחקר מראה כי יש מגוון אופנים בהגדרת החומרים והקבוצות בין הקבוצות כפתוחות או כסגורות וכן בהגדרת מועדי הפעילות בהן ומשך זמן פעילותן. עוד נמצא כי הלוגו ושם הקבוצה מחזקים את גאוות היחידה של הקבוצה. כן נמצא כי יש מעט קבוצות שיש בהן חברים רבים ומספר רב של כניסות (ויש גם קבוצות שמובילות במספר החברים אך לא במספר הכניסות) ולעומתן יש קבוצות רבות שיש בהן חברים מעטים.

ג. דפוסי הפעולה של ראשי הקבוצות

חבר הרשת שיוזם פתיחת קבוצה הופך באופן טבעי לראש הקבוצה.

היזומה לפתיחת קבוצה חדשה ב"שלובים"

94 חברים פתחו כל אחד קבוצה אחת. כלומר, 60% מתוך 152 הקבוצות שנוצרו, נפתחו על ידי חברים. 16 חברים פתחו יותר מקבוצה אחת, כלומר 40% מכל הקבוצות נפתחו על ידי חבר שפתח יותר מקבוצה אחת. סה"כ נמצאו 110 חברים מתוך 2,200 חברי הרשת (5%) שיזמו את פתיחת הקבוצות.

ממצאי המחקר מצביעים על חמש סיבות מרכזיות לפתיחת קבוצה חדשה:

(א) הובלת קורס או השתלמות: חברי הקבוצה ראו ברשת אכסניה טובה ויעילה להעלאת חומרים ולפיתוח דיונים מקצועיים, הן כחלק מהשיח ומנושאי הלימוד שקיימו במפגשים הפיזיים הן כהשלמה לחומרים שלא נלמדו או של שניהם.

(ב) הובלת תחום דעת: סיבה נוספת לפתיחת קבוצה חדשה היא יוזמה פרטית של איש חינוך שהרגיש שאין מענה במרחב האינטרנטי להעלאת נושא חשוב: "יש הרבה אנשים המחפשים מידע בנושא זה", אומרת מיקי שיזמה את הקבוצה עבור מורים עולים: "לא היה מקום לשיתוף בין אנשים שעוסקים בתחום והיה חסר הרבה ידע בתחום... חסר חומר בשטח להוראת מורים עולים. אני כתבתי המון חומרים וחומרים שאנשים אחרים הביאו והעלו – אלו שהם בעלי מיומנויות, מתיעצים עם האחרים ושואלים לדעתם. נוצר ידע מקצועי" (מיקי).

(ג) הובלת רעיון חדשני: חלק מראשי הקבוצות ראו את עצמם כיוזמי רעיון או תפיסה חינוכית

פדגוגית חדשנית ועל כך הם היו מאוד גאים. אחד מראשי הקבוצה הוביל את הקבוצה להיות חלוץ לפני המחנה וראה בהובלת הרעיון השפעה ותרומה לאנשי המקצוע ולחברה: "אנו בעצם עשינו משהו שבאותה תקופה נקרא להקדים את המאוחר... לא רק הקדמנו אלא גם הובלנו את זה... צריך מחויבות של ראש הקבוצה וכל הזמן פעילות סדירה. קבוצה שזה מעניין אותה, שמחויבות או בעלת עניין רב. וגם למנחה יש עניין אמיתי לקדם את הנושא" (עמי).

(ד) מיתוג עצמי: לעיתים אנשים שרצו למתג את עצמם פתחו קבוצה כשהם עומדים בראשה ומנסים לסחוף את ההמונים אחריהם. מתוך הדמיון בין שמות הקבוצות והתכנים שלהם, עלה במחקר כי פעמים היו כבר קבוצות בנושא דומה אך ראשי הקבוצה רצו לנכס את היוקרה לעצמם. (ה) הצורך להביא את כושר המנהיגות לידי ביטוי: מגוון היוזמות לפתיחת הקבוצות מלמדות כי האדם שבחר ליוזם ולהקים קבוצה צריך להיות מקצועי, שקול ובעל יכולת מנהיגות. אופי פעילותו עשוי לאפיין את הקבוצה ואת פעילותה בהווה ובעתיד: "אל תסמוך על כך שיבואו אליך אנשים. תגייס אותם באופן אקטיבי או שלא תהיה לך קהילה או שתהיה אך תדעך מהר מאוד. דבר שני נסה להתאים עצמך לסגנונות של האנשים השונים; אל תנסה לכפות דבר אחד. מצד שני צריך שיהיה לך קו, לאו דוקא תוכני, של נוהל פעולה, אחריות. תדאג שחברים שכותבים בקבוצה יעמדו מאחורי הדברים, תדאג שיביאו גיבוי לדברים שלהם. זה גם נוגע שתדאג שיגיבו לדברים של אחרים ולא יעמדו מהצד ויסתכלו. דבר נוסף. בגלל שזו קבוצה וירטואלית שהצד הרגשי חסר בהן, להביא מדי פעם איזו שהיא סוגיה יותר חברתית: תמונה, שיר וקצת להפעיל אותה. כי זה מקום מאוד קר, לא רואים, לא שומעים, רק טקסטים, תמונות וסרטונים. כמובן לתת דוגמה אישית. זה נכון לא רק לרשת חברתית. עוד דבר זה לעקוב אחר הדברים של החברים ולהגיב אליהם – זה תורם למעורבות" (עמי).

חמישה דפוסי פעולה מרכזיים של ראשי הקבוצות:

ממצאי המחקר מבליטים דפוסי פעולה של ראשי הקבוצות שנפתחו לצורך ליווי השתלמות או קורס.

(א) דפוס הרץ הבודד – ראש קבוצה כמעט יחיד בפעילות הקבוצה: בכמה קבוצות של ליווי השתלמות או קורס אפשר לראות את התופעה שבמסגרתה ראש הקבוצה פעיל לבדו, ללא פעילות החברים. באחת הקבוצות שבהן קיימת פעילות של ראש הקבוצה בלבד, ישנם 26 פרסומים במהלך חצי שנה. בחודש הראשון היו 19 פרסומים, בחודש השני פרסום אחד, בחודש השלישי 5 פרסומים, בחודש הרביעי והחמישי לא היו פרסומים ובחודש השישי פרסום אחד.

(ב) דפוס שיתופי – ראש קבוצה פעיל ואיתו פעילים חברי קבוצת הלימוד: ראש קבוצה מוביל קבוצה שהוקמה כליווי לקורס או להשתלמות, והוא בדרך כלל יוזם הקבוצה. האחריות העיקרית להתפתחות הקבוצה חלה עליו, והיא כוללת רישום של החברים, הנעתם לפעולה והעלאת חומרים שימשכו את החברים להיכנס לקבוצה. ראש הקבוצה מדרבן את החברים להשתתף, לעיתים אפילו באופן מלאכותי, וכך נוצר מארג של פעילות משולבת של חברי הקבוצה עם ראש הקבוצה: "שיא הפעילות הייתה פעם ביום. רציתי לעודד, זה היה גם לשלוח כל הזמן הודעות, גם לדאוג כל הזמן לתוספת של תכנים... כל הזמן ליצור עניין. להעלות דילמות. ליצור קונפליקטים. זה הרבה עבודה. הצליחו לצמצם נשירה ולהגדיר את אחוז ההצלחה" (עמי).

תרשים 2
פרופיל קבוצה שבה פרסומים של ראשת הקבוצה (בת שבע) ושל חברי הקבוצה



מעיון בנתונים ובפעילות בקבוצה ברשת כפי שעולה מתרשים 2, אפשר ללמוד כי קיימים שני מוקדי הצטרפות לקבוצה: פברואר-מרץ 2012 ואוקטובר-נובמבר 2012. פורסמו 48 הודעות על הקיר, שמתוכן 19 הודעות של ראשת הקבוצה ו-29 הודעות של חברי הקבוצה. נמצא כי הפעילות ממוקדת ברובה סביב משימות שניתנו במהלך ההשתלמות, וכי מרבית החברים מגיבים לבקשת ראשת הקבוצה. כמו כן אפשר לראות כי בתקופות שבהן הייתה הצטרפות מסיבית של חברים, היו גם מספר גדול יותר של פרסומים על ידי ראשת הקבוצה וחברי הקבוצה. אפשר לראות את השילוב בין מחויבות לקבוצה ופעילות שוטפת של ראשת הקבוצה בקבוצה של יעל, המוצגת בתרשים 3, שעוסקת בנושא "מדריך פדגוגי בעידן דיגיטלי". בקבוצה 120 חברים ו-34 פרסומים.

תרשים 3
התפלגות ההצטרפות לקבוצה והפרסומים בה לאורך תקופת פעילות הקבוצה



מתרשים 3 עולה כי הקבוצה פעלה במהלך שלוש שנים וארבעה חודשים. לכל אורך התקופה הצטרפו חברים, ונמצאו שני גלי הצטרפות ניכרים בתחילת הפעילות (28 מצטרפים) וחצי שנה לאחר מכן (33 מצטרפים יחד). בסך הכול היו 34 פרסומים, בעיקר בשנה וחצי הראשונות לפעילות הרשת; מתוכם 20 פרסומים על ידי ראשת הקבוצה ו-14 פרסומים על ידי החברים. אך מתוך הראיונות עלה כי תהליכים אלה אינם מתרחשים מעצמם. לכן מוטלת החובה והאחריות על ראשת הקבוצה להוביל אותה בכמה דרכים, כמו מתן תגובה מהירה והעלאת חומרים באופן שוטף בלי להמתין לבקשות מחברי הקבוצה.

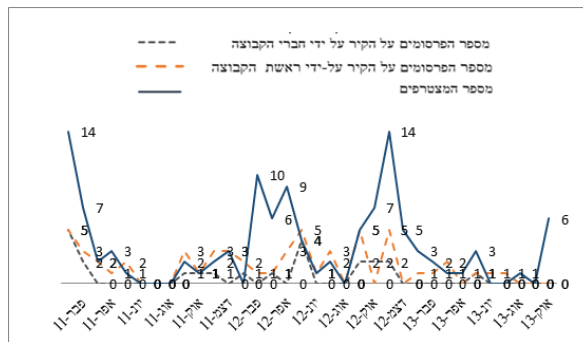
(ג) ראש קבוצה פעיל שאליו מקושרים "צרכנים" שאינם חברי הקבוצה: המחקר מצא ממצא נוסף ומעניין, בעיקר בקבוצות של ההשתלמויות לסגל הניהול, דוגמת מפקחים ומנהלי בתי ספר – שחלקם אינם אורייני טכנולוגיה וחלקם מוגבלים בזמן שאפשר להיכנס בו לפעילות ברשת. מאחר שכפופים להם אנשים רבים, נוצרה תופעה שבה הקבוצה ברשת שימשה כתובת שאליה הם הפנו את אותם כפיפים כדי לקבל את המידע ואת הידע החדש. הקבוצה שימשה צינור להעברת מידע לקהל רחב. ראש הקבוצה היה פעיל והעלה חומרים רבים. אומנם מספר חברי הקבוצה היה קטן וכלל לעיתים פחות מחמישה, אבל נרשם מספר כניסות גבוה מאוד, כשבעצם הצרכנים העיקריים אינם חברי הקבוצה, אלא כפיפים של האנשים שלמענם נפתחה הקבוצה, והם מקבלים מהחברים הנחיות להיכנס לקבוצה ולהוריד חומרים: "תראי, מנהלים ומפקחים מטבעים אלו אנשים שחולשים על ציבור רחב. אם מנהל היה במפגש ומאוד נהנה מחומר מסוים ומספר למורים שלו והוא שולח אליהם את הקישור בדוא"ל, החשיפה לחומר היא גבוהה. תכפילי את זה בשלושים או ארבעים מורים. מאחורי כל אחד עומדים הרבה אנשים ואם זה מפקח, המניפה עוד יותר רחבה" (רן).

(ד) "מנהיג חדש" – ראש קבוצה פעיל פחות, ואחד החברים מקבל או "לוקח" את הנהגת הקבוצה: ראש הקבוצה יוזם ופותח את הקבוצה, אך את המשך ההובלה הוא נותן לאחד החברים או שאחד החברים נוטל לידי את ה"נוכחות" ההוראתית ונהפך למנהיג ולמוביל של הקבוצה. המנהיג החדש ניחן בכמה כישורים: יכולת הובלה, כושר ניהולי ותקשורתי עם יתר חברי הקבוצה, הבנה בהגדרת גבולות של סוגי תגובות. כמו כן הוא משמש "שומר הסף" בכל נושא התגובות הפוגעניות. יש לו סגולות של כישורים אישיים ובין אישיים. "היום בהשתלמות אצל... הוא פתח לנו קבוצה ומיד ביקש מתנדב שינהל את הקבוצה (יומן חוקר). בעל עניין שהוא יודע לנהל תקשורת עם אחרים, שהוא לא פוסל דעות של אחרים, שיועד לפעמים ליצור טריגר לדיון ולהחיות [את] הדיון, שיועד להעמיד במקומם אנשים שאולי כתבים בצורה פוגענית וזה לא תמיד ראש קבוצה. אלו כישורים שהם תוך אישיים ובין אישיים שלפעמים מזהים אצל אחד מחברי הקבוצה והוא הופך להיות המנהיג של הקבוצה... אני חושב שראש קבוצה זה תפקיד פורמלי אבל יש גם מנהיג לקבוצה שהוא בדרך כלל תפקיד לא פורמלי" (רן).

(ה) "הזיקית" – ראש קבוצה פעיל בדפוס פעילות משתנה:

תרשים 4

השוואה בין הפרסומים של ראשת הקבוצה לעומת הפרסומים של חברי הקבוצה



כפי שעולה מתרשים 4, דפוס הפעילות בקבוצה עבר כמה שינויים שנבעו מניסוי וטעייה של ראשת הקבוצה. בהתחלה היה החלום שבקבוצה יתפתחו דיונים ו"שיחות" מקצועיות, ואולם כשזה לא קרה, השכילה ראשת הקבוצה להירתם להובלת הקבוצה. היא יזמה דיונים והגיבה אליהם, אך כעבור זמן קצר, כשמאמץ זה לא נשא פרי, עבר דפוס העבודה של הקבוצה ל"במה" לשיתוף חומרים. הקבוצה שימשה מעין לוח מודעות שאליו כל אחד נכנס, תורם חומרים ולוקח חומרים – מודל של בניית קהילה התורמת לחברי הקבוצה ונתרמת מהם.

אך גם כדי לשמר את פעילות הקבוצה במתכונת זו, ראשת הקבוצה הייתה הפעילה העיקרית ודאגה כל העת "להזרים חמצן" ולהעלות חומרים חדשים כדי שיעוררו סקרנות ועניין, ואלה הגבירו את המוטיבציה בקרב החברים לשתף בחומרים משלהם. מעבר לתמיכה המקצועית בחרה מיקי לתת גם את הסיוע הטכנולוגי לאותם חברים שנתקלו בקשיים, וזאת במטרה לשמור על הקהילה ולהרחיב את מעגל השותפים. ואכן, התוצאה לא איחרה לבוא, ומצטרפים חדשים הצטרפו לקבוצה.

לסיכום, יש מגוון סיבות לפתיחת קבוצה ברשת "שלובים". בלטו בהן הובלת קורס, השתלמות, תחום דעת, רעיון חדשני ורצון למיתוג עצמי. ברוב המקרים נשאר היזם שפתח אותה להוביל אותה באופן פרטני או שחברי הקבוצה נרתמו לשיח והיו גם היוזמים. הם העלו חומרים ויצרו שיח בין החברים. תפקיד ראש קבוצה הוא תפקיד חשוב, הקובע את התכנים ומשפיע עליהם, על מספר החברים ועל אופן פעילותה של הקבוצה בהווה ובעתיד. בקרב ראשי הקבוצות שהובילו השתלמות או קורס, בלטו דפוסים של פעילות יחידנית של ראש הקבוצה, פעילות משותפת עם חברי הקבוצה ופעילות עם "צרכנים" שאינם חברי הקבוצה. נמצא חבר קבוצה שנהפך לראש הקבוצה וראשי קבוצה שפעלו בדפוס משתנה בהתאם לנסיבות ולאירועים.

ד. הגורמים להצלחה או לאי הצלחה של הקבוצות ברשת שלובים
 הצלחתה או אי הצלחתה של הקבוצה נמדדת במשתנים אלו: מספר החברים, מספר הכניסות ומשך חיי הקבוצה (אם הנושא הממקד את הקבוצה אינו אמור לשרת את חבריה רק למשך תקופה מסוימת ומוגדרת).

מלוח 2 עולה כי ברשת "שלובים" ישנן 141 קבוצות, המהוות 93% ממספר הקבוצות, שהן קבוצות המונות מספר קטן של חברים, ומתוכן רק למספר מצומצם של קבוצות יש כמה עשרות חברים. נמצא כי מצב שבו יש חברים מעטים מקשה מאוד על התנהלות השיח בקבוצה, על התפתחותה של הקבוצה ועל יצירת קשרים ברשת. כדי שקבוצה תהיה פעילה, נדרשת פעילות שוטפת מצד ראשי הקבוצה ומצד חברה, וכאשר מספר החברים קטן, רמת הפעילות מוגבלת והסיכוי להעמקה בדיון יורד. ממצאי המחקר מצביעים על שלושה מאפיינים להצלחה של קבוצה: אינטראקציה רבה: יצירת מארג קשרים בין החברים ובו שיתוף הדדי בחומרים ובתכנים: "הקריטריון הבולט ביותר להצלחה הוא שיש אינטראקציה מתמדת בקבוצה – מצב כזה שבו המנחה או ראש הקבוצה מעלה נושא או שאלה לדיון, ויש לה תגובות וגם לתגובות עצמן יש תגובות. זה מהדהד בתוך הרשת כל הזמן... תלוי בטיב האנשים. קבוצה גדולה יותר, יש סיכוי גדול יותר שהיא תצליח יותר... אבל אם מישהו נרשם לקבוצה ולא משתמש בה, אז יכולים להיות בה יותר ממאה חברים ולא קורה בה כלום" (אילן).

שימוש בחומרים המתפרסמים בקבוצה: הסקרנות לחומרי השיתוף וההירתמות אליהם אפשרה שני שימושים: שימוש עצמי והפצה נוספת. "אני רוצה שזה יעבוד כמו וירוס. הווירוס תקף את כל החברים שלי והחברים שלי תקפו את כל החברים שלהם, והחברים שלהם נתקפו מכל החברים שלהם. ופתאום הרגשתי שהייתי שותפה בהפצת וירוס. אז אני רוצה להפיץ וירוס" (מאירה). קידום נושא הלמידה בתכנים שהקבוצה מייצרת בשיח: היות שהרשת ייעודית, הקבוצות צריכות להיות חוד החנית בהובלת תהליכי למידה: "הייתי מרחרחת... גם לגבי היבט של נושאים וגם בהיבט של כותבים ספציפיים שהם לדעתי מגדלורים של ידע ושל הובלת דרך שגם להתנצח איתם זה מעניין" (גילה).

אקטיבי, מפעיל ומכיל, זוכה בתואר ראש קבוצה מצליחה הצלחתה של קבוצה מחייבת לרוב עבודה רציפה ותדירות כניסות גבוהה מאוד של ראש הקבוצה. בראיונות עם ראשי הקבוצות עלה דפוס פעולה זה כמרכיב מרכזי וחשוב להצלחת פעילות הקבוצה, היקף וזמן פעילותה. הם הדגישו את החשיבות בנתינת מענה מיידי ומקצועי לכל פוסט של החברים בקבוצה. "נכנסתי בתדירות של אחת ליומיים ובזמן שיש פעילות אז אני נכנס באותו יום כמה פעמים כדי שהדברים יקרו" (רן). נוסף על מתן מענה לחברי הקבוצה, יש חשיבות בשמירה על "כבודם" של החברים כל העת. היבט זה בלט בעת הראיונות בעזרת השימוש במילים כמו "אנחנו" ו"קיבלנו", המאפיינות נוכחות גבוהה של לכידות חברתית. את שיא הצלחה וגם את הסיפוק האישי בתפקידה כראשת הקבוצה מצאה לנכון מיקי לספר בגאווה בהקשר של יוזמות מיוחדות, הובלת הפעילות בקבוצה ושימוש מקצועי בחומרים שנאספו בקבוצה. "מעבר לעובדה שנוצר ידע לגבי התאמת תכני הלימוד לגיל התלמיד, מבחינת ידע מקצועי, התפתח הרבה ידע... בביקור אצל מורים... אחת המורות סיפרה שצירה ספרייה קטנה למורים שמלמדים והדפיסה לספר את כל החומרים מ'שלובים'" (מיקי). בסיפור זה עולה פתיחות רבה של ראשת הקבוצה שלא חשה בעלות על החומרים או תחושה של "ניצול" של כל אלו שעשו שימוש בחומרים שרבים מהם היו נחלתה הפרטית. ההפך הוא הנכון. ראשת הקבוצה המשיכה באותה מגמה של "פרגון" לקבוצה והבינה את מקומה כמובילה קבוצה החוסכת למורים זמן עבודה רב בעזרת יצירת חומרים להוראה וללמידה.

לוח 3

קבוצה מצליחה על פי מדד הפעילות ומקצועיותו של ראש הקבוצה ומספר העדכונים והשפעתם על מספר החברים ומספר הכניסות

נמוך	פעילות ומקצועיות ראש הקבוצה ומספר המשתתפים	גבוה
<p>ראש קבוצה לא פעיל ולא מקצועי מספר רב של עדכונים מספר קטן של חברים מספר רב של כניסות</p>	<p>קבוצה מצליחה ראש קבוצה פעיל ומקצועי מספר רב של עדכונים מספר רב של כניסות מספר רב של משתתפים</p>	מספר עדכונים ומספר כניסות
<p>קבוצה שאינה ממריאה ראש קבוצה לא פעיל ולא מקצועי מספר מועט של עדכונים מספר קטן של כניסות</p>	<p>ראש קבוצה פעיל ומקצועי מספר מועט של עדכונים מספר רב של חברים מספר קטן של כניסות</p>	נמוך

מלוח 3 עולה כי קבוצה מצליחה היא בעלת ראש קבוצה פעיל ומקצועי ומספר העדכונים המפורסמים בה הוא גבוה. לעומת זאת, בקבוצות שאינן ממריאות, ראש הקבוצה אינו פעיל ומספר העדכונים בקבוצה מועט. אך מנגד יש ראש קבוצה שאינו פעיל, עם מספר קטן של חברים אבל מספר כניסות גבוה. ייתכן שזה נובע ממיתוג הקבוצה, שם היוצר עניין להיכנס. לעומת זאת יש ראש קבוצה פעיל עם מספר רב של חברים אך עם מספר קטן של עדכונים ושל כניסות, בעצם לא קורה שם הרבה.

לסיכום, אפשר לאפיין כמה טיפוסים של מנהלי קבוצות ברשת: פעילים יותר וגם פחות, לוקחים את הנהגת הקבוצה או מוסרים לאחד מחברי הקבוצה, נכנסים לקבוצה בתדירות גבוהה או נמוכה ומנהיגים קהילה קטנה או גדולה, קבועה או משתנה.

ה. כיצד תופסים חברי הרשת את המשך פעילות הקבוצות ברשת? הקמת רשת "שלובים" הייתה מיזם ראשוני וחדשני. היא הובילה לאורך השנים שיתוף במגוון רחב של פעילויות וכיוונים שונים של התפתחות מצד אחד, אך מהצד האחר, קבוצות רבות לא הצליחו להתפתח, להיות פעילות לאורך זמן ולהגדיל את מספר החברים שבהן. מכאן עולה

השאלה, מה צופן העתיד לרשת "שלובים" וכיצד על יזמיה להובילה? כלומר, כיצד ראוי שראשי הקבוצות והחברים בהן יפעלו בעתיד?

במהלך השימוש ברשת "שלובים" עלה הצורך ליצור קשר עם רשתות אחרות, כמו פייסבוק וטוויטר: "גם דרך פייסבוק שלחתי קישור של שלובים כדי לגרום לאנשים להגיע אל הרשת הזו" (רן). מניתוח תוצאות ספירת הכניסות והקשרן, עולה כי גולשים ברשתות האחרות נחשפים ל"שלובים" ולפעילות הקבוצות בעקבות קשר זה. אולם מאז הקמת רשת "שלובים", "אחותה הגדולה", פייסבוק, השתכללה מאוד, הרחיבה את אפשרויות השימוש בה ואת מספר הגולשים. יתר על כן, מאחר שמשאב הזמן הוא משאב יקר, אנשים מעדיפים להקדיש את זמן הגלישה שלהם לרשתות הדומיננטיות, בעיקר לפייסבוק.

מהמחקר עולה הרצון של משתמשי רשת "שלובים" לשמור על הפרדה בין החיים הפרטיים למקצועיים – דפוס המגביר את החשיבות הרבה לשמר את הרשת כסביבת עבודה ולמידה הרתמת אליה את החיים המקצועיים, אך אינה משלבת אותם בחיים הפרטיים, על כל המשתמע מכך. אך מנגד עולה גם הסוגיה שבעצם מרחב הזמן המוקדש לפעילות ברשת נופל בתפר שבין שעות העבודה ושעות הפנאי. אמירה זו בהחלט משפיעה על תדירות הכניסה והמעורבות ברשת: "אם אני משווה את פייסבוק כרשת פופולרית ל'שלובים'... הרי אני עצמי חבר בכמה קבוצות מקצועיות ב'שלובים' והזמן שבו אני נכנס, הזמן שהוא אצלי על התפר שבין Business-ל" (רן).

ורן ממשיך לתאר את הייחוד של "שלובים" בהיותה רשת חברתית מקצועית בשבילו: "כשאני רוצה לעבוד אני לא בתוך הפייסבוק, אלא – זה מצבי מעבר כאלה, ושם אני מחפש גם את העניין החברתי, זאת אומרת להחליף דעות עם אנשים, [בדרך] לא מחייבת, לפעמים חצי הומוריסטית. לצפות בכל מיני דברים שאנשים שולחים – סתם ככה וגם... להיכנס לתוך קבוצות עניין שאני מקבל התראות ולקרוא שם ולהעמיק בהם, אולי להעלות דברים חשובים לקבוצה ולתרום. זה משהו שיושב על התפר בין החברתי למקצועי, שהחברתי הוא מהווה איזשהו מוקד משיכה עבורי".

הוא מדגיש במיוחד את מקצועיות רשת "שלובים" לגביו: "לעומת זאת ב'שלובים', כפי שאני תופס אותה היא רשת יותר מקצועית, כלומר נועדה לצרכים יותר מקצועיים ופה הזמן או ההתכוונות שלי להיכנס לא יושבת לי על התפר בין ה-Business ל-Pleasure יותר בתוך ה-Business' ואז כשאנחנו בתוך ה-Business באמת אין לנו זמן להיכנס ככה לתוך הקבוצות [...] ולכן אני באופן אישי נכנס ומאמין שגם אנשים אחרים" (רן).

במבט לעתיד נבחנת במחקר הסוגיה, מי מתאים וראוי להיות ראש קבוצה? האם צריך להיות תהליך הכשרה? התשובה אינה חד משמעית. ישנם אנשים מוכשרים שמאמצים להם את התפקיד ללא הכשרה מוקדמת: "לא למדתי להיות מנהלת קבוצה, זה בא לי באופן טבעי" (מיקי). אך יש גם כאלה שנדרשת להם הכשרה מקדימה או סוג של חונכות וליווי כדי שימלאו בהצלחה את התפקיד המורכב.

השיח עם המרואיינים העלה את הסוגיה של זמן כהונתו של ראש הקבוצה – אם תפקידו מוגבל לזמן מסוים או עליו להתמיד במשימה לאורך זמן וזאת בהתאם לתפיסה שהלמידה נמשכת לאורך כל החיים (Life Long Learning). קושי נוסף שעלה הוא שכל הפעילות היא בהתנדבות,

אינה מתוגמלת כספית ואינה חלק מן הקרדיט לקידום האקדמי. עוד נמצא שבקבוצות שבהן ראש הקבוצה לא היה פנוי לארגון ניהול המידע או שחשב שהכלים הטכנולוגיים המצויים ברשת אינם נותנים מענה לכך, נוצרה תחושה קשה של כעס ושל אכזבה מצד ראש הקבוצה, שהיה רוצה לראות פתרון מערכתי לקטלוג החומרים.

בצד תפקוד הקבוצה לאורך זמן, מהדהדת גם הסוגיה בעניין מקומן של כל הקבוצות שהפעילות בהן הסתיימה. עולה השאלה, אם "להחביא" אותן כדי שהנגישות לקבוצות החדשות והפעילות בהן תהיה נוחה וזמינה יותר מחד גיסא, ומאידך גיסא, הידע הרב שנצבר בקבוצות שסיימו את עבודתן ירד לטמיון, שכן הן לא תהיינה חשופות בצורה בולטת לכל החברים ברשת: "חשוב להסיר דברים לא רלוונטיים ולשמור על הקבוצה כאזור חי וכאזור פעיל ככל האפשר... ולא להפוך את הרשת ל'בתי קברות' של קבוצות לא פעילות" (רן).

דיון

רשת "שלובים" הינה ניסיון ראשון וחדשני להקים רשת חברתית מקצועית לאנשי חינוך בישראל. המחקר הנוכחי שם דגש על מה הצליח בנושא הקבוצות ומנסה למצוא פתרונות עתידיים לקשיים שעלו.

קבוצות כמשאב מקצועי

נמצא כי קבוצות ברשת חברתית מקצועית יכולות להתקיים לאורך זמן ולהכיל מספר חברים רב וכן כניסות רבות לרשת, רק במקרים שבהם הפעילות מבוססת על תשתית איתנה של קהילה מקוונת. זאת ועוד, תשתית איתנה נוצרת כאשר מרכיבים מבניים ותרבותיים תורמים ליצירת מרקם עשיר של קשרי אמון בין החברים, תחושה של תכלית משותפת, שיתוף פעולה והדדיות, כפי שטענו אמין ורוברטס וחמסי וכסנדה (Amin & Roberts, 2008; Hemmasi & Csanda, 2009).

עוד נמצא במחקר הנוכחי כי ההשתייכות לקהילות מקוונות וההתנתקות מהן נעשית לרוב מבחירה אישית. הסיבות העיקריות להצטרפות לקהילה מקוונת הן הרצון לדון בנושא משותף ולהיחשף למידע על אודותיו (Horrihan & Rainie, 2001; Ridings & Gefen, 2004). ייחודן של חלק מהקבוצות הוא היותן קשורות להשתלמות או לקורס לימודים. ראש הקבוצה יזם את הקבוצה והמשתתפים בהשתלמות או בקורס "חויבו" להיכנס, אך המניע לא נוצר אצל המשתתף עצמו, ולא הייתה לו זכות בחירה. יתרה מכך, בדומה למחקרים קודמים, גם במחקר זה נמצאה תופעה נפוצה בקהילות המקוונות: חלק ניכר מחבריהן מעדיפים לצרוך את המידע הרלוונטי להם בלי לתרום בעצמם בדרך פעילה (Lev-On & Hardin, 2008). דפוס זה מוביל לכך שמתוך שלוש הרמות של קהילה מקוונת שמציג וולר (Weller, 2007), רשת חברתית של מכרים, רשת של תרומה לשיח בקהילה ורשת של חברות מחייבת, עולה שברשת "שלובים" ברוב המקרים נמצאו שני התנאים הראשונים: רשת חברתית של מכרים ורשת של תרומה לשיח בקהילה, אולם התנאי השלישי נמצא לוקה בחסר. הפעילות בשעות התפר בין עבודה ופנאי, היעדר תגמול אקדמי או מקצועי והיעדר ניהול מקצועי של ראש הקבוצה הוביל במקרים רבים לחוסר התמדה של החברים בפעילות בקבוצות לאורך זמן.

ראשי הקבוצות

היעדר תפיסת התפקיד של ראש קבוצה ברשת חברתית כפעילות מקצועית המבוססת על שלבי התקדמות והתמדה לאורך זמן עלול להנחית "מכת מוות" על הקבוצות, ובכך לגרום להיעדר עתיד להמשך התפתחותן והתמדתן כמשאב חיוני בקרב חברי קהילה מקצועית מקוונת.

מובילי הקבוצות ברשת החברתית מקצועית "שלובים" הם היזמים שהובילו לפתיחת הקבוצה. אפשרות נוספת היא הימצאות חבר קבוצה פעיל שקיבל את ה"מינוי" מראש הקבוצה המייסד או שבזכות פעילותו הרבה גילה יוזמה, נטל לעצמו את התפקיד וקיבל את תמיכת הקבוצה, שראתה בו מנהיג מוביל. נוכחותם של מנהלי הקבוצות באה לידי ביטוי בשלושת סוגי הנוכחויות – הוראתית, קוגניטיבית וחברתית (Garrison, Anderson, & Archer, 2000) – כאשר אצל כל ראש קבוצה הרכב הנוכחות הוא קבוע או משתנה.

ניתוח הפעולות שנקטו ראשי הקבוצות בתהליך שעברו מהשלב הראשון של היותו "טירון" לשלב הסופי של היותו "מומחה", על פי ההיררכיה של דריפוס ודריפוס (Dreyfus, 1986), מצביע על ניסיון ראשוני ללא התנסות או רקע מקדים בניהול קבוצה ברשת חברתית מקצועית. רבים לא צלחו את המעבר ונשארו בשלב הראשון של ה"טירון" – הם לא רכשו מיומנויות של הובלת קהילה מקוונת בתוך הקבוצה שאותה הובילו. הישארות בשלב "טירון", זו הדרך שנהגו בה רוב ראשי הקבוצות, במיוחד אלו שהובילו השתלמויות, פתחו קבוצה וביקשו מכולם להיכנס כחלק ממטלות ההשתלמות.

לשלב השני, של "מתחיל-מתקדם", הגיעו רק חלק מראשי הקבוצות אחרי שראו שהתהליך אינו מתפתח ואינו פורץ, ולכן ניסו אסטרטגיה אחרת – הם נהיו גמישים יותר, ענו והגיבו לחומרים ולמידע שהעלו החברים. למרות זאת, לשלב השלישי של "מבצע יעיל", הגיעו רק מעטים שהשכילו להבין את כוחה ואת עוצמתה של סביבה זו. במעלה סולם השלבים הגיעו בודדים לשלב שלפני האחרון, הם אלו המתויגים כמובילי קבוצה מצליחה. אלו הם ראשי הקבוצות המוגדרים כ"מבצעים מיומנים". הם בעלי ניסיון רב, יכולים להבין מהם הגורמים החשובים ביותר במצב נתון ומסוגלים לקבל החלטות באורח גמיש על בסיס הגורמים המצביעים הנתונים. לכן הם היו פעילים, אפשרו לאחרים ביטוי מלא ותמכו בהם. התוצאה היא שלשלב האחרון של הפיכה מ"טירון" ל"מומחה" הגיעו רק מתי מעט. זהו השלב של המומחה המסוגל לפעול באופן אינטואיטיבי בלי להישען על הכללים ובלי לחשוב שוב ושוב על פעולותיו. הוא חי את הרשת ואת הקבוצה ופועל באופן אינטואיטיבי.

המסקנה העולה מכך היא שראש קבוצה חייב לעבור את כל השלבים. ההתקדמות משלב לשלב וממיומנות למיומנות נעשית באופן היררכי, ובכל שלב יש ללמוד את חשיבותו של השלב הקודם והבא עד להשגתו, ובכך לרתום את תפקיד ראש הקבוצה כתפקיד מקצועי הנרכש ונלמד.

אחת התובנות ממחקר זה, לאור הבנת מיקומם של רוב ראשי הקבוצות על הרצף במעבר מ"טירון" ל"מומחה", היא שראוי להעניק ליווי לכל ראש קבוצה חדשה ולהוביל אותו במעלה סולם השלבים כדי לסייע לו להיפך ל"מומחה" בתחום וכדי שיוכל לשמש מודל לכל חברי הקבוצה האחרים שברבות הימים ייהפכו גם הם לראשי קבוצות ויהוו מודל בתהליך הובלת הקבוצות שלהם.

המחקר הנוכחי מצא כי מנהלי הקבוצות ברשת "שלובים" מציגים מגוון סגנונות ניהול

המאפיינים בקידום האינטראקציה, בעידוד ליצירת ידע שיתופי ובהבניית ידע מקצועי בדומה למחקר קודם (Gairín-Sallán, Rodríguez-Gómez & Armengol-Asparó, 2010). אך הסיבות להצלחה רבה או מועטה של הקבוצה לאור מספר הכניסות ומספר החברים, מושפעות מאוד מפעילות ראש הקבוצה. כאשר בוחנים את התופעה לאור המודל של סלמון (Salmon, 2000), אפשר להבין מדוע חלק מהקבוצות לא "המריאו", ונשארו עם מספר חברים ומספר כניסות קטן, או עם אחד משניהם.

כל ראשי הקבוצות ב"שלובים" עברו בהצלחה את השלב הראשון במודל, והוא מוטיבציה ומטרה לביצוע הפעילות (Access & Motivation). הסדקים החלו להתעורר בשלב השני, חברות (Socialisation), שבו ראש הקבוצה לא תפס תמיד את תפקידו כמוביל וכמגשר להידוק הקשר בין חברי הקבוצה וליצירת סביבה חברתית-לימודית. באשר לשלב השלישי – החלפת מידע (Information Exchange), לראשי הקבוצה הייתה תחושה שזה הייעוד המרכזי של הקבוצה וזה הבסיס לתחילת הפעילות בקבוצה. אך הוויתור (לעיתים מחוסר מודעות) של ראש הקבוצה על שני השלבים הקודמים הוביל את הקבוצה למבוי סתום ולחוסר יכולת להתקדם, לגדול ולהמשיך. ה"תקיעות" בשלב זה לא אפשרה לרבים ממנהלי הקבוצות לעלות לשלב הבא (Knowledge Construction), ונוצר תהליך סינכרוני של הבנייה ושל יצירת ידע, שלב שבו למעשה נעצרה הפעילות ולא נוצר ערוץ להמשכיות. לכן לשלב האחרון, שלב ההתפתחות (Development), הגיעו קבוצות בודדות.

עתיד פעילות הקבוצות ברשת "שלובים"

הטכנולוגיה, החזון והתנדבות האנשים אינם יכולים להביא לבדם לפעילות מפרה ומקצועית ברשת חברתית מקצועית לאורך זמן. דרוש שילוב של מרכיבים מקצועיים הניתנים לרכישה, וזאת למרות היעדר הכשרת פרחי הוראה להיות פעילים ברשתות חברתיות (Hughes, Lim & Gattiker, 2015). לכן, לאור ממצאי המחקר יש יש לרתום את המלצותיו של גאטיקר (Liu, 2015): (א) לתת מבנה ומיקוד לקבוצה ולקטלג באופן ברור את כל הפרסומים; (ב) לתת תמיכה וטיפול למשתתפים – להגיב אליהם כשהם מצטרפים לקבוצה, מפרסמים ומגיבים לפרסומים; (ג) לחלק את ניהול הקבוצה עם עוד כמה משתתפים כדי להקטין את העומס ובכך לשפר את ההרגשה של החברים; (ד) לפרוס את הפרסומים לאורך זמן ולהימנע מריכוז כל הפרסומים בפרק זמן מוגדר. המלצות נוספות לאנשי חינוך בבואם לפתוח קבוצה ברשת "שלובים" אפשר למצוא בנספח א.

מחקר זה הוסיף מרכיב נוסף המדגיש את ראייתו ההוליסטית של המנהל הפדגוגי של הרשת ומצא כי יש בכוחו למנוע פתיחה של מספר קבוצות זהות בתכנים שלהן ולדאוג למספיק "חמצן" בקבוצות. בזכות ראייתו ההוליסטית של המנהל הפדגוגי של הרשת, יש להוסיף ממד נוסף להצלחת פעילות הקבוצות ברשת, והוא איגום המשאבים והתכנים, העשוי לחזק את פעילותה השוטפת, התורמת והמקצועית של הרשת – קרי, במקום קבוצות קטנות רבות בנושאים זהים, מספר קטן יותר של קבוצות בעלות נושאים נבדלים ושונים עם מספר רב של חברים ופעילות ערה יותר.

תרומתו של מחקר זה היא בהבנת כוחן ומשמעותן של הקבוצות ושל העומדים בראשן ברשת

חברתית מקצועית ייעודית העוסקת בחינוך, ויש לו השלכות לרשתות חברתיות מקצועיות בתחומי דעת שונים בישראל ובעולם. להיכרות עם דפוסי הפעילות של מנהלי הקבוצות יש ערך רב. בהתאם למטרות הקבוצה וליעדיה ובעזרת ניהול מותאם, אפשר להעצים את הפעילות בקבוצה ולהגדיל את תרומתה לחברה. ההמלצות עבור אנשי חינוך לפתיחה ולניהול של קבוצה מקצועית מובאות בנספח א. תמיכה של המוסד המארגן בנושאים ובסוגיות נבחרות להובלה, לפרסום ולהפצה ממתגת את הרשת כמגנט ויוצרת או מאדירה את התכנים ואת מנהלי הקבוצות. בהמשך לכך, המוסד או הארגון יכול לרתום את הרשת לקידום תפיסות, מחקר וחידושים טכנולוגיים שהוא רוצה להוביל.

בעת הקמתה של רשת "שלובים" היו המטרות המרכזיות וגם הגדרת ההצלחה בעצם רישום האנשים לרשת, וזו אחת הסיבות שנפתחו קבוצות רבות בנושאים דומים או זהים. לכן יש לגבש מטרות ממוקדות ותוכניות עבודה, לנסח אותן כמדיניות מגובשת של ערכים וידע ולדווח באילו דרכים תתרום הרשת למערכת החינוך בכלל ולהכשרת מורים ובתי ספר בפרט, ואחר כך ליישם את המדיניות הזו. יש לשקול אפשרות של מיזוג קבוצות על מנת להגדיל את מספר החברים והכניסות ולהפוך את הקבוצה למשמעותית.

ניכר כי יש חשיבות רבה לתפקידו של מנהל הרשת ולאיינטראקציה עם מנהלי הקבוצות להפקת המרב בתהליך הובלת הקבוצה ברשת החברתית הייעודית. לאור הממצאים, יש ערך רב בפיתוח הרשת הנוכחית ודומות לה, בפיתוח הסביבה, בהמשך המחקר על פעילותה, על דפוסי הפעילות של החברים בה, על מקומו ועל תפקידו של המנהל הפדגוגי ועל הובלת הקבוצות לפעילות מוצלחת.

בתכנון עתידי יש להתחשב בסגולות הרשת וברצון חבריה או ראש הקבוצה לבידול מול הפעילות הגוברת ברשתות העולמיות כמו גם בזמן הפעילות בתפר שבין המקצועי לפרטי. עוד נמצא כי "תוחלת החיים" של ראש הקבוצה העמוס בדברים אחרים מקשה לפנות זמן לניהול הקבוצה, והתוצאה היא שקבוצות רבות סיימו את פעילותן, ואז נשאלת השאלה אם להשאירן גלויות או מוסתרות.

מסקנות

פעילות בקבוצות ברשת חברתית מקצועית צריכה להיות מתוכננת, יזומה, מקצועית ובעלת ראש קבוצה מקצועי. על ראש הקבוצה להיות איש חזון ובעל יכולת להוביל קהילת לומדים לטווח קצר או ארוך בהתאם לנושאים הנידונים ובהתאם לצרכים של חברי הקבוצה. ראש הקבוצה צריך להתעלם מגורמים של מיתוג אישי ולנסות להוביל קבוצה שתהווה מוקד משיכה, לימוד והתעניינות. זאת ועוד, הוספת "חמצן" חדש כל העת על ידי חברי הקבוצה היא תנאי להמשך פעילות מפרה ותורם של הקבוצה. הקבוצות יכולות להצליח כאשר הן נמצאות ברשת מקצועית וייעודית ומובילי הרשת מתאימים את הסביבה הטכנולוגית בהתאם לצורכי הקבוצה.

נספח א

המלצות לאנשי חינוך בפתיחה וניהול קבוצה ברשת "שלובים"

תנאי פתיחה לקבוצות ברשת חברתית מקצועית הוא תמיכה וליווי טכנולוגי לאורך כל הפעילות.

פעילויות של ראש הקבוצה - טרם פתיחת הקבוצה

יצירת קשר עם המנהל הפדגוגי של הרשת
במידת הצורך יצירת קשר עם התומכת הטכנית
כניסה לכמה קבוצות ורכישת מיומנויות ניהול
למידה מתוך קבוצות אחרות מה הם הדברים שכדאי להימנע מהם
חשיבה מראש על קשיים אפשריים
מציאת פתרונות לקשיים צפויים
היכרות טכנית
איתור קהילה או לפחות כמה אנשים שיהיו פעילים בקבוצה

פעילות של ראש הקבוצה עם חברי הקבוצה - לקראת פתיחת הקבוצה

הגדרה ותיאום צפיות
בחירת נושא ממוקד לקבוצה
החלטה על שם ולוגו לקבוצה
פינוי זמן, חשיבה והגדרת מטרות
תיאום ציפיות בעניין נוהלי עבודה
הגדרת תדירות כניסות מומלצת
חשיפת הקבוצה לכללי אתיקה, צורת ההתבטאות בקבוצה ודרכי ההתנהלות עם חומרי הקבוצה
החלטה על קבוצה סגורה או פתוחה והצגת האפשרות להעלות כל פריט באופן פתוח או סגור
הבהרת החשיבות של שימוש במילות מפתח הבונות את ענן התגים
הדגשת חשיבות הצגת החבר בפרופיל

פעולות במהלך פעילות הקבוצה

ניסיון לתיאום של מפגש אחד פנים אל פנים לכל הפחות עם חברי הקבוצה
איתור חברים נוספים דרך הפרופיל ושליחת מכתב אישי אליהם בהזמנה להצטרף
עידוד קשרים עם קבוצות אחרות ב"שלובים"
מיתוג ופרסום הקבוצה במגוון אמצעים ומדיה
כניסה בתדירות גבוהה של מנהל הקבוצה או חבר שייבחר מטעמו

ניהול והובלה של הקבוצה בעתיד

ארגון ושמירת החומרים
בחירת מנהל קבוצה לעתיד
דרבון החברים להיכנס ולהיות פעילים

רשימת מקורות

אלפרט, ב' (2010). שילוב ניתוחים כמותיים במחקרים איכותניים. בתוך ל' קסן ומ' קרומר-נבו (עורכים). ניתוח נתונים במחקר איכותני (עמ' 333-356). באר שבע: אוניברסיטת בן גוריון בנגב. צבר בן יהושע, נ' (2016). הקדמה: תפיסות, אסטרטגיות וכלים מתקדמים. בתוך נ' צבר בן יהושע (עורכת), מסורות וזרמים במחקר האיכותני - תפיסות, אסטרטגיות וכלים למתקדמים (עמ' 11-22). תל אביב: מופ"ת.

שקדי, א' (2010). תיאוריה המעוגנת בנרטיבים: הבניית תיאוריה במחקר איכותני. בתוך ל' קסן ומ' קרומר-נבו (עורכות), ניתוח נתונים במחקר איכותני (עמ' 436-461). באר שבע: אוניברסיטת בן גוריון.

שקדי, א' (2011). המשמעות מאחורי המילים. מתודולוגיה במחקר איכותני - הלכה למעשה. תל אביב: רמות.

- Amin, A., & Roberts, J. (2008). Knowing in action: Beyond communities of practice. *Research Policy*, 37(2), 353–369.
- Barker, R. (2006). Homo machinus versus Homo sapiens: A knowledge management perspective of virtual communities in cyberspace. *Communication Theory and Research*, 32, 226-240.
- Bishop, J., Bouchlaghem, D., Glass, J., & Matsumoto, I. (2008). Identifying and implementing management best practice for communities of practice. *Architectural Engineering and Design Management*, 4(3-4), 160–175.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Connecticut, New Haven: Yale University Press.
- Brown, R. E. (2001). The Process of community-building in distance learning classes. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 5(2), 18–35.
- Collison, G., Elbaum, B., Haavind, S., & Tinker, R. (2000). *Facilitating online learning: Effective strategies for moderators*. Atwood Publishing, 2710 Atwood Ave., Madison, WI 53704.
- Dreyfus, H. & Dreyfus, S., (1986). *Mind over machine*. Oxford: Basil Blackwell
- Ely, M., Vinz, R., Downing, M. & Anzul, M., (2001). *On writing qualitative research: Living by words*. London: Falmer Press.
- Gairín-Sallán, J., Rodríguez-Gómez, D., & Armengol-Asparó, C. (2010). Who exactly is the moderator? A consideration of online knowledge management network moderation in educational organisations. *Computers & Education*, 55(1), 304–312.
- Garrison, R., Anderson, T., Archer, W. (2000). Critical thinking in a text-based environment: Computer conferencing in higher education. *The Internet and Higher Education*, 2(2–3), 87–105.

- Gattiker, Urs E. (2010). Why social networking groups fail. Retrieved from: <http://commetrics.com/articles/why-social-networking-groups-fail/>
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of cultures*. New York: Basic Books Inc. Publishers.
- Gray, B. (2004). Informal learning in an online community of practice. *Journal of Distance Education*, 19(1), 20–35.
- Greenhow, C., Robelia, E., & Hughes, J. (2009). Research on Learning and Teaching with Web 2.0: Bridging Conversations. *Educational Researcher*, 38(4), 280-283.
- Hemmasi, M., & Csanda, C. M. (2009). The effectiveness of communities of practice: An empirical study. *Journal of Managerial Issues*, 21(2), 262–279.
- Hindin, A., Morocco, C. C., Mott, E. A., & Aguilar, C. M. (2007). More than just a group: Teacher collaboration and learning in the workplace. *Teachers and Teaching: theory and practice*, 13(4), 349–376.
- Honeychurch, S., Bozkurt, A., Singh, L., & Koutropoulos, A. (2017). Learners on the periphery: Lurkers as invisible learners. *European Journal of Open Distance and E-learning*, 20(1), 191-211.
- Horrigan, J. B., & Rainie, L. (2001). *Online communities: Networks that nurture long-distance: relationships and local ties*. Pew Internet & American Life Project.
- Hughes, J. E., Ko, Y., Lim, M., & Liu, S. (2015). Preservice teachers' social networking use, concerns, and educational possibilities: Trends from 2008–2012. *Journal of Technology and Teacher Education*, 23(2), 185–212.
- Hung, D. W. L., & Chen, D. (2001). Situated cognition, vygotskian thought and learning from the communities of practice perspective: Implications for the design of web-based e-learning. *Educational Media International*, 38, 3–12.
- Iriberry A., & Leroy, G. (2009). A life-cycle perspective on online community success. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 41(2), 11.
- John, N. A. (2012). *Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword*. New Media & Society. (0).. 1–16. DOI: 10.1177/1461444812450684.
- Johnson, L., Adams Becker, S., Estrada, V., Freeman, A. (2014). *NMC Horizon Report: 2014 Higher Education Edition*. Austin, Texas: The New Media Consortium https://www.mmkh.de/fileadmin/dokumente/Publikationen/2014-Horizon-Report-HE_German.pdf
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational Researcher*, 33(7), 14–26.

- Keeves, J. P. (1988). Educational inspect methodology, as good as measurement. An International Handbook. Oxford: Pergamon Press.
- Kim, A. J. (2000). Community building on the web: Secret strategies for successful online communities. Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). Situated learning: Legitimate peripheral participation. Cambridge university press.
- Lev-On, A., & Hardin, R. (2008). Internet-based collaborations and their political significance. *Journal of Information Technology & Politics*, 4(2), 5–27.
- Lin, F. R., & Huang, H. Y. (2013). Why people share knowledge in virtual communities? The use of Yahoo! kimo knowledge + as an example. *Internet Research*, 23(2), 133–159.
- Mazman, S. G. & Usluel, Y. K. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & Education*, 55(2), 444–453.
- McDermott, R. (1999). Nurturing three-dimensional communities of practice. *Knowledge Management Review*, 26–29.
- Meier, A. (1998). Inventing new models of social support groups: A feasibility study of an online stress management support group for social workers. *Social Work with Groups*, 20(4), 35-53.
- Meier, A. (2000). Offering social support via the Internet: A case study of an online support group for social workers. *Journal of Technology in Human Services*, 17(2–3), 237–266.
- Rennie, F., & Morrison, T. (2012). *E-Learning and social networking handbook: resources for higher education*. Routledge: Taylor & Francis Group.
- Ridings, C. M., & Gefen, D. (2004). Virtual community attraction: Why people hang out online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1).
- Salmon, G. (2000). *E-Moderating: The key to teaching and learning online*. London: Kogan Page.
- Salmon, G. (2002). *E-Tivities: The key to active online learning*. London: Kogan Page.
- Sayan, H. (2016). Affecting higher students learning activity by using whatsapp. *European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences*, 4(3), 88-93.
- Seidman, I. E., (1998). *Interviewing as qualitative research*. New York: Teachers College Press.

- Shoop, M. C. (2009). Public service employees' experiences in communities of practice. Antioch University.
- Radwanick, S., Lipsman, A., & Aquino, C. (2011). It's a social world: Top 10 need-to-knows about social networking and where it's headed. Retrieved from http://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2011/it_is_a_social_world_top_10_need-to-knows_about_social_networking?cs_edgescape_cc=US
- Weller, M. (2007). The distance from isolation: Why communities are the logical conclusion in e-learning. *Computers & Education*, 49(2), 148–159.
- Wilson, C., Boe, B., Sala, A., Puttaswamy, K. P., & Zhao, B. Y. (2009). User interactions in social networks and their implications. In Proceedings of the 4th ACM European conference on Computer systems, Acm.218–205 .
- Wisker, G. (2008). *The postgraduate research handbook*. Basingstoke: Palgrave. Palgrave Study Guides (2nd ed.).
- Yin, R. K., (2008). *Case study research: Design and methods* (4th ed.). London: Sage Publications.