

- **שם המחקר:** אפיון ובחינת צרכי הנגשה קוגניטיבית של אנשים עם מש"ה במרחב הציבורי
- **שנה:** 2023
- **סוג מחקר:** מחקר הערכה
- **מס' קטלוגי:** 890-156-2019
- **שמות החוקרים:** 'מכלול', יחידת הערכה ומחקר קרן שלם
- **רשות המחקר:** קרן שלם

### תקציר מנהלים

מחקר זה נערך על ידי יחידת מכלול – מחקר והערכה, קרן שלם.

#### רקע

הערכת הנושא של הנגשת מידע ברשויות עבור אנשים עם מש"ה, התפתח מתוך הצורך של פורום הרשויות הגדולות בארץ, להבין את הצרכים הקיימים לאנשים עם מוגבלות ומול כך לפתח אמצעים להנגשה קוגניטיבית לאנשים עם מוגבלות ברחבי הארץ, זאת ברוח "חוק שוויון הזכויות לאנשים עם מוגבלות" וחוק "תקנות הנגישות". מוקד המחקר הוא ללמוד מפי אנשים עם מוגבלות שכלית התפתחותית על המידה והאופן בו הם מתניידים במקומות שונים במרחב הציבורי, על צרכיהם בהקשר זה ועל אמצעי ההנגשה המסייעים להם.

מטרתו של הסקר הנוכחי הייתה לבחון ולאמוד את הצרכים של אנשים עם מש"ה בתחום הנגשת המידע ברשות המקומית בה הם מתגוררים (במרחבים הציבוריים), תוך התייחסות למספר היבטים מרכזיים:

- א. בחינת השירותים שהם צורכים
- ב. אופני ההגעה לשירותים השונים
- ג. אמצעי הנגשת מידע להם הם נדרשים

#### שיטת המחקר

המחקר הנוכחי נעשה בשיטת המחקר המשולבת (Mix-method), תוך איסוף נתונים כמותיים לצד נתונים איכותניים. מאחר ואוכלוסיית המחקר היתה אנשים עם מש"ה, אזי מרבית השאלות היו עם אפשרויות תשובה נתונות או כאלה בעלות תשובה קצרה מאוד. כמו כן, ניתנה חשיבות רבה הן להנגשת השאלונים והן להדרכת הצוות אשר הקריא וסייע למשתתפים להשיב על השאלונים.

אוכלוסיית המחקר היתה אנשים עם מש"ה אשר חיים בקהילה וצורכים שירותים במרחבים הציבוריים ברשויות השונות. במטרה לייצג במידה טובה את אוכלוסיית המחקר, נבחר מדגם של מסגרות לאנשים עם מש"ה, בהם מקבלי שירות מחברות שונות (יהודים/ערבים), בגילאים שונים (החל מ-21), ממגדרים שונים (נשים/גברים) ואשר גרים במחוזות שונים. נעשה מאמץ רב לייצג קבוצות שונות באוכלוסיה, וכן לדגום כמות גדולה של אנשים עם מש"ה אשר חיים בקהילה, על מנת לייצג נאמנה את אוכלוסיית המחקר. אכן, בסופו של דבר השתתפו במחקר 149 אנשים מש"ה, נשים וגברים, בגילאים שונים, מ-12 מסגרות שונות ברחבי הארץ הממוקמות במחוזות שונים, חלקן שייכות לחברה היהודית וחלקן לחברה הערבית..

כלי המחקר ששימש לצורך איסוף נתוני המחקר הנוכחי הינו שאלון (ראה נספחים 3א בשפה העברית ו-3ב בשפה הערבית) אשר פותח על ידי יחידת 'מכלול' בשיתוף צוות ההיגוי של המחקר והמכון הישראלי להנגשה קוגניטיבית. השאלון עבר פישוט והנגשה קוגניטיבית על ידי המכון הישראלי להנגשה קוגניטיבית באגודת עמי. השאלון מורכב משלושה חלקים מרכזיים:

חלק א' - שאלות רקע על האדם עם המוגבלות השכלית.  
חלק ב' – הוצגה בפני האדם עם מש"ה רשימת של 19 סוגי מקומות במרחב הציבורי  
חלק ג' – הוצגה בפניהם רשימה של אמצעי הנגשת מידע  
בנוסף לשאלון עצמו קיבל כל מדריך מסמך נלווה לשאלון ובו סמלים מותאמים עבור המראיין, על מנת לסייע לו  
להבין ולהשיב על השאלון.

### ממצאים עיקריים ודין

במחקר השתתפו 149 מקבלי שירות מ-12 מסגרות, מתוכם 3 מסגרות ערביות ו-9 יהודיות (כ-75% משתתפים יהודים וכ-25% משתתפים ערבים) וממגוון מחוזות (15% צפון, 12% דרום, 38% ירושלים והשפלה ו-35% מרכז). כמו כן, כשליש מהמשתתפים במחקר היו נשים וכשני שלישי גברים. מבחינת התפלגות הגיל, כשליש מהמשיבים הם בגילאי 20-30, כרבע בגילאי 31-40 והיתר מבוגרים יותר. כשני שלישי ממשתתפי המחקר גרים בבית, וכמחצית מהמשתתפים יודעים לקרוא. לפי דיווח המדריכים של המשתתפים, כמחצית ממקבלי השירות שהשתתפו מתניידים במרחב הציבורי רק עם ליווי, כרבע מסתובבים לבד וכרבע מסתובבים לעיתים עם ליווי ולעיתים לבד.

הממצאים מצביעים על כך שהמקומות אליהם מגיעים המשתתפים במידה הרבה ביותר הם סופר-מרקט, קופת-חולים/בית-מרקחת, קניון/מרכז-קניות, מסעדה/בית-קפה, פארק/גן-שעשועים ואירועים שונים (חגים, פעילויות ועוד). כאשר הדפוס השכיח ביותר להגעה למקומות במרחב הציבורי הוא באמצעות הרכב הפרטי של משפחות המשתתפים או ברגל.

כ-40% מהמשתתפים מגיעים במידה רבה לסופר מרקט, לקניון או מרכזי קניות ולקופת החולים (או בית מרקחת). מבין אלה, מרביתם מגיעים ברגל או באוטו, כאשר כ-20% מגיעים למרכזי-קניות גם באוטובוס. מרבית המשתתפים מגיעים למקומות הללו עם מלווה (כ-70%), ורק כ-16% מגיעים לבד.

כרבע מהמשתתפים מגיעים במידה רבה למסעדות/בתי-קפה, לפארקים ולמתקני ספורט, למתנ"ס, לאירועים ופעילויות, ולבית כנסת/מסגד/כנסיה. מבין אלה שמגיעים למקומות הללו, הרוב מגיעים ברגל או באוטו, כאשר למסעדות/בתי-קפה, אירועים ומתנ"סים הם מגיעים יותר ברכב, לעומת פארקים/גני-שעשועים, מתקני-ספורט ובתי כנסת/מסגד/כנסיה – אליהם מגיעים בעיקר ברגל. מתוך אלה שמגיעים למקומות הללו, הרוב מגיעים עם מלווה. כ-15% מהמשתתפים מגיעים במידה רבה להיכל התרבות, לקולנוע, למועדון החברתי, לחוף הים/טיילת, לבריכה, ולבנק. מבין אלה שמגיעים למקומות הללו, הרוב מגיעים באוטו ועם מלווה.

כ-5% מהמשתתפים מגיעים במידה רבה לספרייה, למוזיאון, לביטוח לאומי ולמועצה/עירייה. מבין אלה שמגיעים למקומות הללו, הרוב מגיעים באוטו, כאשר למוזיאון חלקם מגיעים גם באוטובוס. במרבית המקרים הם יגיעו עם מלווה ולא לבד.

עוד עולה מן הממצאים כי אמצעי ההנגשה המסייעים לאנשים עם מש"ה להתמצא, להתנייד ולפעול במרחב הציבורי הנמצאו בשכיחות הגבוהה ביותר הן: אדם שמסביר (87%), רמקול שאפשר לשמוע בו הסבר (75%), שלטים (70%).

כמו כן, ניתן לראות מן הממצאים כי המשתתפים במחקר מסייעים במידה הרבה ביותר במשפחותיהם או במדריכים המלווים אותם ( $f=29$ ), אך במידה רבה גם באנשים שנמצאים באותו המרחב ומסייעים להם (כגון מוכרים, מזכירות, רכזת מועדון, ועוד) ואף בשלטים/תמונות שנמצאים במרחב ( $f=20$ ). בשכיחות פחותה יותר אך עדיין משמעותית ציינו המשתתפים כי מה שעוזר להם זה להסתכל/להקשיב למרחב שבו הם נמצאים ולזהות

דברים שמוכרים ומכוננים אותם ( $f=15$ ) או להקשיב לרמקול/סרט/אדם שמסביר להם מה לעשות באותו המרחב הציבורי בו הם נמצאים ( $f=14$ ).

בנוסף ניתן ללמוד מן הממצאים כי מי שיודע לקרוא נוטה להגיע יותר לבריכה ולבנק, אולם פחות למקומות דתיים, מאשר שלא יודע לקרוא.

ממצאי הסקר מראים כי אמצעי ההנגשה בדמות דף עם הסבר ואתר אינטרנט, יעילים למי שיודע לקרוא יותר מאשר למי שלא יודע לקרוא.

בהסתכלות מגזרית ממצאי הסקר מראים כי משתתפי המחקר מהחברה היהודית נוטים יותר מאלה החברה הערבית להגיע ברגל למרכזי קניות/קניונים, לחוף הים/נמל/טיילת, ולפארק/גן שעשועים. וכי משתתפים מהחברה היהודית נוטים להגיע לבריכה יותר מאשר מהחברה הערבית (22% לעומת 5%). בנוסף, שלטים, דפי הסברים והודעות SMS נמצאו כמסייעים יותר למשתתפי החברה הערבית מאשר ליהודית. עם זאת, לגבי סרט קצר עם הסבר, הממצא הפוך.

בהסתכלות על הממצאים מבחינת אופי המגורים נמצא כי, משתתפי המחקר אשר גרים בדירות נוטים יותר מאשר אלה הגרים בהוסטל או בבית להגיע ברגל למסעדות/בתי-קפה, לספרייה ולביטוח הלאומי.

כשבוחנים את ממצאי הסקר מנקודת מבט מגדרית עולה כי המשתתפים הגברים נוטים להגיע למוסדות דתיים (בית כנסת, מסגד או כנסייה) יותר מאשר הנשים (43% לעומת 9%).

### מסקנות תובנות והמלצות

במפגש בו הוצגו ממצאי ההערכה בפני צוות קרן שלם וועדת ההיגוי למחקר הערכה זה, עלו מספר תובנות והמלצות. ראשית, ניכר כי לעצם המהות והביצוע של מחקר בסדר גודל כזה בקרב מקבלי שירות – קיימת חשיבות רבה מאוד, אשר העמידה את מקבלי השירות עצמם במרכז. כלומר, המחקר מיישם הלכה למעשה את תפיסת "האדם במרכז".

המחקר מלמד אותנו היכן מקבלי השירות מתנהלים במרחב הציבורי, באיזו שכיחות וכיצד מתניידים, מה שיכול לעורר חשיבה ודיון בנוגע למענים שניתן לספק ברשויות.

להלן התובנות וההמלצות שעלו:

יש לחשוף את ממצאי הסקר לרשויות המקומיות כדי שיוכלו להשתמש בנתונים. ממצאי ההערכה מאוששים מחקרית ומספקים תמונת מצב רחבה, אשר יכולה להוות כלי עזר עבור הרשויות, ובכך לתרום להם תרומה משמעותית.

ניתן לחשוב על פיתוח קולות קוראים המבוססים על ממצאי המחקר, באמצעותם קרן שלם תוכל לסייע ולתרום לרשויות. הדבר יעניק לרשויות חופש בחירה היכן, איפה וכיצד ניתן לספק מענה ברשות הספציפית שלהם.

הממצאים מלמדים כי מרבית המקומות הציבוריים אליהם מגיעים אנשים עם מוגבלות שכלית התפתחותית, במידה הרבה ביותר, הם: סופר-מרקט, קופת-חולים/בית-מרקחת, קניון/מרכז-קניות. הצוות הבכיר של קרן שלם ידון באפשרות להוציא פניה רשמית למקומות אלו עם קריאה להנגשת המידע עבור מקבלי השירות.

תיבדק האפשרות להציג את ממצאי הסקר בכנס ראשי רשויות במוני אקספו.

- [לפריט המלא](#)
- [למאגר המחקרים של קרן שלם](#)
- [למאגר כלי המחקר של קרן שלם](#)