

תוכנית אוריינטציה קריירה לתלמידי כיתה י"א - הכנה לשוק העבודה המודרני

מטרה כוללת:

להקנות לסטודנטים את המודעות וכישורי החיים
והמקצועיים הנחוצים להשתלבות מוצלחת בעולם
העבודה המשתנה.

כיתה י"א – מערך ניהול רושם ברשתות חברתיות

מטרות:

1. הבנת החשיבות של ניהול רושם אישי במרחב הפיסי, איך נוצר וממה מושפע.
2. ניתוח וזיהוי רושם במרחב הווירטואלי – טיקטוק, אינסטגרם, פייסבוק
3. פיתוח יכולות סטוריטלינג אישיות ושיפור כישורי ההצגה והתקשורת בקבוצה.
4. עידוד המשתתפים להשתמש במיומנויות הסטוריטלינג והניהול רושם בחיי היום-יום ובעולם העבודה.

זמן

שעה וחצי

מבנה

תוכן	זמן
רושם ראשוני	20 דקות
ניהול רושם ברשתות	30 דקות
מיתוג הכיתה שלנו	45 דקות
סיכום	5 דקות

עזרים:

- ניירות, עטים, סמארטפונים / טאבלטים לצילום וכתיבה.
- לוח מחיק או מחשב עם מקרן להצגת התוצרים.
- חיבור לאינטרנט לצורך השראה ודוגמאות.
- כרטיסיות "סליחה על השאלה" - אופציונאלי

המנחה מקרין תמונה של אדם (שופט במקצועו) ושואל את התלמידים: "מה אתם רואים בתמונה?"



נצפה לתשובות כמו – כועס, חושב, איש זקן וכדומה...

אחרי שנאסף את התשובות נסב את תשומת ליבם של התלמידים לשאלה שנשאלה – "שאלתי רק מה אתם רואים?" כל הדברים שעלו, סביר להניח, שהם יהיו בגדר פרשנויות. אנחנו לא מכירים את האיש, אין לנו אף פרט עליו למעט העובדה שהוא שופט, לא דיברנו איתו ובטח לא שאלנו אותו איך הוא מרגיש, מה הוא חושב וכדומה.

איך קורה שאנחנו יכולים להסיק כל כך מידע על מישהו שאנחנו בכלל לא מכירים?

רושם ראשוני.

מהו רושם ראשוני (הגדרה)?

רושם ראשוני = תחושה או השפעה ראשונית שמתקבלת ברגע הראשוני של החוויה או של פגישה עם מישהו או משהו. הוא נוצר בגלל הצורך להגדיר מהר וביעילות את המציאות הסביבתית.

זהו מנגנון קוגניטיבי שמסייע לאדם לסנן מידע רב ומורכב כדי לקבוע במהירות מה טוב ואפשר להתקרב ומה מסוכן ורצוי לברוח או להימנע. המנגנון הזה שייך למוח הקדום שיש אותו לכל בע"ח ועוזר לנו להעריך האם ניצבת מולו סכנה וכיצד עלינו לפעול. דוגמא: דמיינו את הזברה בסוואנה כשהיא פוגשת אריה, תוך מאיות שניה היא צריכה להחליט אם לברוח או להימלט על חייה.

למנחה: את החלק הבא ניתן לקיים באמצעות כרטיסיות שאלה בסגנון "סליחה על השאלה", כל פעם יגיעו זו תלמידים שיהפכו שאלה וישיבו, לאחר מכן נפנה לכיתה אם ירצו להוסיף. אפשרות אחרת היא לקיים דיון אינטראקטיבי ללא כרטיסיות.

תוך כמה זמן נקבע הרושם?

שנייה עד כמה דקות ראשונות של פגישה, חוויה או תחושה.

איפה ביום יום אתם נתקלים בזה?

בית ספר חדש, חוג, מסיבה, אירוע משפחתי עם אנשים לא מוכרים, אפילו ברמזור או בסופר. אנחנו כל הזמן מנהלים רושם בין אם במודע ובין אם לא.

איפה בעולם העבודה אנחנו מנהלים רושם?

ראיון עבודה, כניסה לאוניברסיטה, מקום עבודה חדש, תפקיד חדש, לקוחות, פגישות מרובות משתתפים. יש אמירה שאומרת שרושם הוא מה שאומרים או חושבים עלינו כשאנחנו יוצאים מהחדר.

ממה מורכב רושם ראשוני? – לאסוף על הלוח ולחלק ל-3 עמודות:

ויזואליות – הבעות פנים, חיוך, קשר עין, ישיבה, גוף פתוח או סגור, לבוש, איפור, אקססוריז, קעקועים, פירסינג, שיער, ריח גוף, היגיינה וניקיון... כל מה שניתן לראות. **55%**

קוליות – טון דיבור, קצב דיבור, רצף דיבור **38%**

תוכן – שפה, נימוסים, ענייניות. **7%**

האם גם צבע, גיל, גובה, משקל, לאום משפיעים על רושם ראשוני?

הרושם הראשוני מושפע רבות מהטיות, סטריאוטיפים, ודעות קדומות אשר נבנים באופן בלתי מודע מתוך חוויות, מדיה ותרבות. עם זאת, חשוב לזכור שאמנם גורמים אלו יכולים להשפיע, אך ניתן לשנות את הרושם הראשוני עם הזמן באמצעות אינטראקציות נוספות והיכרות עמוקה יותר עם האדם. ניתן להתייחס גם למעגל הדאגה וההשפעה. דוגמאות:

גיל: גיל יכול להשפיע על האופן שבו אנשים מעריכים כישרים וניסיון. למשל, אדם מבוגר עשוי להיתפס כבעל ניסיון וחוכמה, בעוד שאדם צעיר עשוי להיתפס כמלא מרץ וחדשנות, אך אולי גם כחסר ניסיון.

גובה: גובה לעיתים מקושר עם מנהיגות, ביטחון וכוח. אנשים גבוהים נוטים להיתפס כמנהיגים יותר, בעוד שאנשים נמוכים עשויים להתמודד עם תפיסות שונות, לפעמים פחות חיוביות.

מה ההבדל בין רושם למיתוג?

- **משך ותהליך:** רושם ראשוני הוא רגעי ומהיר, בעוד מיתוג הוא תהליך ארוך ומתמשך.
- **מטרה:** רושם ראשוני מתרכז ברושם מידי באינטראקציה יחידה, מיתוג מתמקד בבניית דימוי ארוך טווח שיישאר בתודעת הקהל.
- **יכולת שינוי:** קשה לשנות רושם ראשוני אחרי שנוצר, בעוד מיתוג הוא גמיש יותר וניתן לשינוי ועדכון.

לסיכום, רושם ראשוני הוא החוויה המיידית והספונטנית שמתקבלת מאדם או מותג, בעוד מיתוג הוא המאמץ האסטרטגי והממושך לבנות ולתחזק את אותה חוויה באופן עקבי ומתמשך. לרוב אנשים מנהלים רושם וחברות מנהלות מותג. במקום עבודה לאורך זמן אנחנו כבר ממתגים את עצמנו "כבעלי ידע", "כיצירתיים", "כטכנולוגיים"...

פעילות קבוצתית: ניתוח פרופילים ברשתות חברתיות

חלקו את התלמידים לזוגות ותנו לכל קבוצה פרופיל ציבורי ברשת חברתית (כמובן עם שמירה על פרטיות). בקשו מהם לנתח את הפרופיל ולזהות את הרושם הראשוני שהוא יוצר, תוך התייחסות למגוון הפלטפורמות של אותו הפרופיל – פייסבוק / טיקטוק / אינסטגרם / לינקדאין. המטרה להבין את השפעת הפרופיל האישי ברשתות חברתיות על רושם ראשוני ולפתח מודעות לאלמנטים שונים בפרופיל שמשפיעים על הרושם.

בתום התרגיל אספו והרחיבו על האלמנטים המשפיעים על רושם ראשוני:

תמונת פרופיל

- -תמונת פרופיל ברורה ולא מטושטשת יוצרת רושם ראשוני טוב. תחשבו על איך שאתם רוצים להיראות כשחברים שלכם או אנשים חדשים רואים אתכם.
- -בחרו תמונה שמשקפת את האישיות שלכם. אם אתם בקטע של ספורט, מוזיקה או אופנה - תראו את זה בתמונה.
- חיוך תמיד עושה רושם טוב! זה מראה שאתם נחמדים ופתוחים.

תקציר / ביו

- כתבו קצת על עצמכם בצורה פשוטה ומגניבה. מי אתם? מה אתם אוהבים לעשות? למשל, "חובב כדורגל, אוהב לצייר ולצלם".
- השתמשו בשפה שמתאימה לרשת החברתית. באינסטגרם אפשר להיות יותר קלילים, וב-LinkedIn קצת יותר רשמיים.
- תוסיפו מילים שקשורות לתחביבים שלכם כדי שאנשים יוכלו למצוא אתכם בקלות.

תוכן

- תפרסמו דברים על בסיס קבוע, אבל לא להציף. פוסט או שניים בשבוע זה אחלה.
- תשתפו דברים שאתם אוהבים ושאחרים ימצאו מעניינים. זה יכול להיות תמונות, סטוריז או סרטונים.
- תכתבו איך שאתם מדברים, בצורה אמיתית ואותנטית.
- תשתפו תמונות מהחיים שלכם, סרטונים מצחיקים, וגם דברים שאתם לומדים או מנסים.

תגובות ופעילות חברתית

- תגובות נחמדות ומכבדות יוצרות רושם טוב. אם אתם מגיבים למישהו, תחשבו איך הייתם רוצים שיגיבו לכם.
- לשתף פוסטים של חברים זה כיף ומראה שאתם אכפתיים.
- תשתתפו בדיונים מעניינים ותביעו את דעתכם, אבל תמיד בנימוס.

ויזואליות

- השתמשו בתמונות וסרטונים איכותיים. תמונות מהפעילויות שלכם, טיולים, חברים, תחביבים וכו'.
- שמירה על עיצוב אחיד ואסתטי בתמונות ובפוסטים יכולה לעזור לפרופיל שלכם להיראות יותר מושך.
- תמצאו את הסגנון הייחודי שלכם. זה יכול להיות צבעים שאתם אוהבים, פילטרים מסוימים וכו'.

אינפורמציה אישית

- אם אתם רוצים שחברים חדשים ייצרו אתכם קשר, ודאו שפרטי הקשר שלכם מעודכנים.
- אם יש לכם בלוג, ערוץ יוטיוב או פרופיל טיקטוק מגניב, תוסיפו קישור.
- שתפו המלצות ממורים או מאמנים אם יש לכם. זה מראה שאתם מוערכים.

ניהול פרטיות

- תבדקו מי יכול לראות את הפרופיל שלכם. תוודאו שהמידע האישי שלכם מוגן.
- תמצאו את האיזון בין לשתף מה שקורה בחיים שלכם לבין לשמור על פרטיות.
- הימנעו מפרסום דברים שעלולים להזיק לכם בעתיד.

סנכרון בין פלטפורמות

- תשתדלו לשמור על אחידות במסרים ובנראות בין הרשתות השונות. למשל, אותו שם משתמש או תמונה דומה.
- קישור בין הפרופילים השונים (כמו לשים את פרופיל האינסטגרם שלכם בביו של הטיקטוק) יכול לעזור לאחרים למצוא אתכם בקלות.

ניהול רושם ברשתות החברתיות חשוב כי זה משפיע על איך אחרים רואים אתכם. תחשבו על מה אתם רוצים לשדר, ותשתמשו באלמנטים האלו כדי ליצור את הרושם הכי טוב שלכם!

פעילות קבוצתית : מיתוג הכיתה שלי

חלקו את הכיתה לקבוצות קטנות של 4-5 תלמידים בכל קבוצה. המשימה היא למתג את הכיתה שלהם כאילו הייתה דמות ברשת חברתית. המטרה היא ליצור פרופיל מעניין ומושך שיעשה רושם טוב על אנשים חדשים. התלמידים יצטרכו לחשוב על כמה אלמנטים חשובים: תמונת פרופיל, ביו, תוכן פוסטים, תגובות ופעילות חברתית.

תמונת פרופיל: הקבוצות יבחרו או יכינו תמונה שתייצג את הכיתה. ניתן להשתמש בתמונות קיימות או לצלם תמונה חדשה.

ביו: הקבוצות יכתבו תקציר קצר שמתאר את הכיתה – מי הם? מה הם אוהבים לעשות?

תוכן פוסטים: כל קבוצה תתכן 3 פוסטים שהכיתה תפרסם. זה יכול להיות פוסט על פעילות כיתתית, פרויקט מעניין, או סתם יום כיף.

תגובות ופעילות חברתית: כל קבוצה תחשוב על תגובות מתאימות לפוסטים של אחרים – איך להגיב בצורה חיובית ומעניינת.

הצגה: כל קבוצה תציג את המיתוג שלה לכיתה – תמונת פרופיל, ביו, ותוכן פוסטים. אפשר לעשות זאת בצורה של מצגת קצרה או סבב שבו כל קבוצה מציגה בפני הכיתה.

משוב: שאר התלמידים והמנחה יתנו משוב חיובי ובונה לכל קבוצה.

שאלות לדין:

- מה למדתם על מיתוג וניהול רושם ברשתות חברתיות?
- איזה אלמנט היה הכי מאתגר?
- איך אפשר להשתמש במיומנויות האלה כדי לשפר את הפרופילים האישיים שלכם ברשתות החברתיות?
- איך זה קשור לעולם העבודה?

סיכום

במהלך הסדנה, עסקנו בהבנה של החשיבות של ניהול רושם ראשוני, הן במפגשים פנים אל פנים והן ברשתות החברתיות. למדנו כיצד המראה החיצוני, הטון והשפה שבהם אנחנו משתמשים משפיעים על איך שאחרים תופסים אותנו. ניהול הרושם מתקיים כל העת גם במרחב וירטואלי וגם הפיסי וככל שנהיה מודעים לו נוכל לשלוט בו ולנהל אותו באופן שאנו רוצים שיתקבל.

תחנת עיגון – רפלקציה / תוצר:

כנסו לפרופיל שלכם באחת הרשתות החברתיות ובצעו שדרוגים בהתאם לנלמד. שלחו תמונה של הפרופיל לאחר השדרוג ופרטו מה השתנה 😊