

הרשתות החברתיות ומשאבי אנוש



Knowledge PRODUCTION

"ייצור ידע"

חומרי הפרק



- ▶ אלברט לסלו ברבאשי (2004), **קישורים, המדע החדש של רשתות**, תל אביב: ידיעות אחרונות, ספרי חמד.
- ▶ ניקולס א' כריסטאקיס, גיימס ה' פאולר (2011), **מחוברים**, תל אביב, מטר.
- ▶ פנחס יחזקאלי (2018), **איזה משחק יקדם אתכם בעבודה?**, ייצור ידע, 23/2/18.

מושגים נדרשים בפרק

▶ תת

▶ רשת;

▶ רשת מורכבת;

▶ רשת חברתית;

▶ ארווין גופמן: הצגה עצמית

אסטרטגית;

▶ ארווין גופמן: מסכה;

למי מכם יש דף פייסבוק?



sharing on facebook

למי מכם יש דף לינקדין?



LinkedIn

מי מכם יכול להגדיר את עצמו
כ'חיית רשת'?



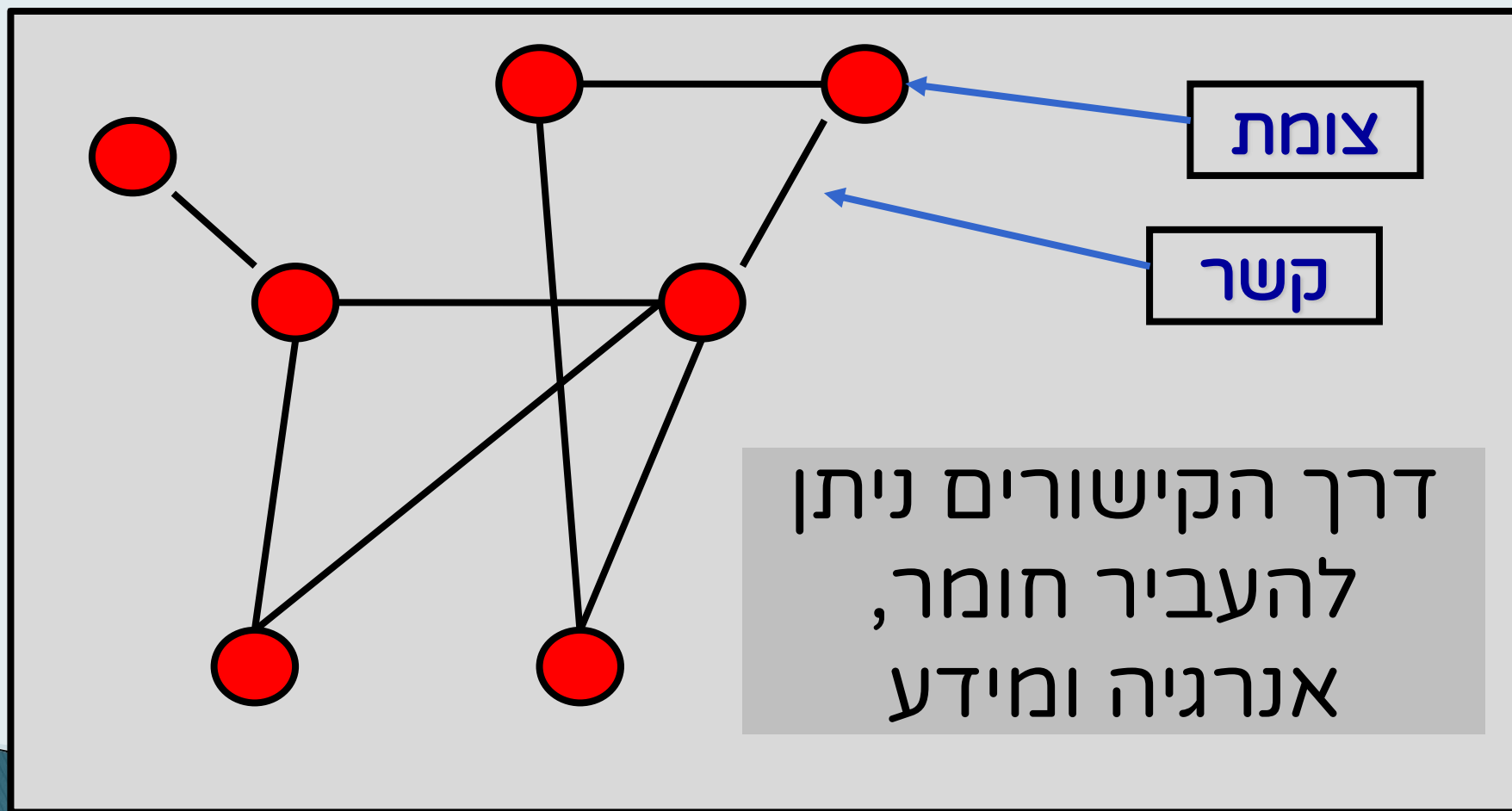
המשגה



Knowledge PRODUCTION

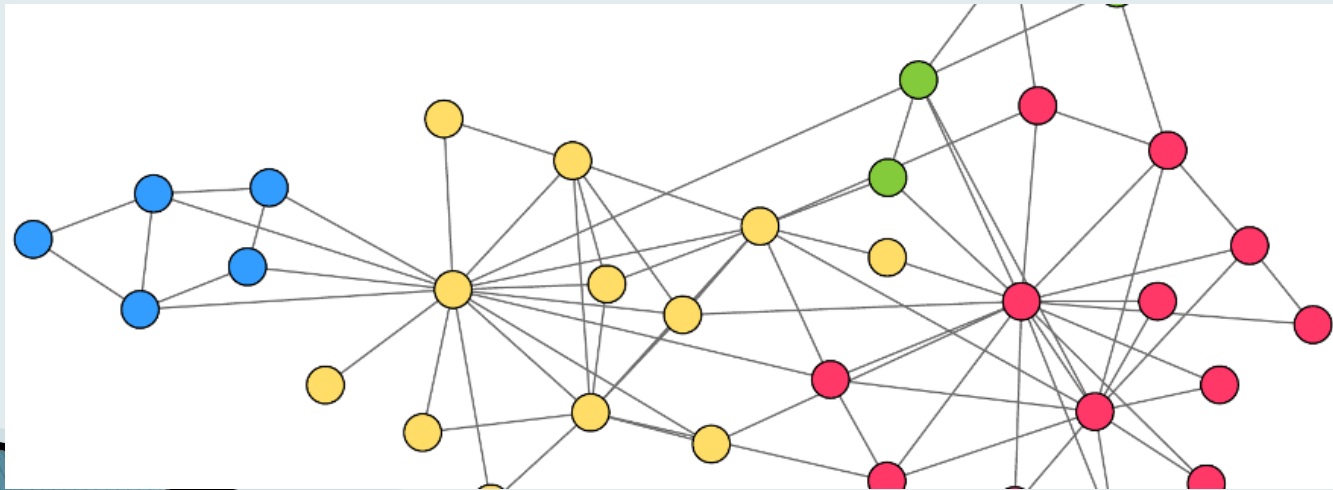
"ייצור ידע"

רשת היא מערכת של גורמים / צמתים המחוברים ביניהם בקשרי גומלין



רשת מורכבת

- ▶ הרשת היא **מורכבת**, כאשר מרכיביה הללו אינם מחוברים באופן אקראי והם מאוגדים תחת מטרה.
- ▶ משמע, **זוהי רשת המתארת מערכת מורכבת**; קבוצת חלקים - המחוברים ביניהם בקשרי גומלין - הפועלת במשותף להשגת מטרה משותפת.



רשת חברתית מהי?

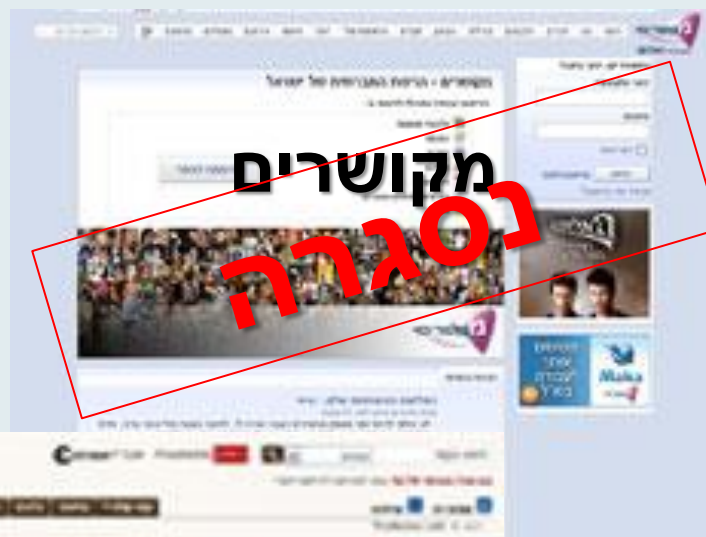


- ▶ **רשת חברתית** (Social network) היא מבנה חברתי, המורכב ממספר גורמים חברתיים (כגון אנשים או ארגונים), המקיימים ביניהם מערכת של קשרים דו-סטריים (וגם חד סטריים) בעוצמות שונות.
- ▶ כך למשל, הרשת החברתית הבסיסית היא של שני אנשים.

פייסבוק ולינקדין אינן הרשתות החברתיות היחידות



My Space



דה מרקר קפה

איזו דמות אנחנו מציגים ברשתות החברתיות?



Knowledge PRODUCTION

"ייצור ידע"

מתמקדים בלקוחות בחו"ל



- ▶ לפני מספר שנים קיבלנו החלטה, בארגון שאותו ניהלתי, להתמקד בלקוחות בחו"ל.
- ▶ בין יתר השינויים שערכנו, כדי להתאים את עצמנו, היה ברור שגם אני צריך לשנות את האופן שבו אני מוצג ברשתות החברתיות,
- ▶ מהמראה הזרוק והמשלומפר הרגיל שלי, לחזות מכובדת, שמתאימה למנכ"ל בסביבת עסקים מקובלת.



כתוצאה מכך, אספתי
מהחברים את כל הבגדים
העליונים המכובדים
ביותר שעלו עלי,
הזמנו צלם מקצועי,
ובמשך שעתיים החלפתי
חולצות, חליפות ועניבות
בשרשרת.

איש עסקים מכובד
ממותני ומעלה, ויחף
במכנסיים קצרות ממותני
ומטה.



הפער שבין העליון לתחתון, ובין התדמית לכאורה, למציאות

Knowledge
PRODUCTION

כל העולם במה, קבע שייקספיר...



... ו"כל הגברים והנשים
רק שחקנים. יש להם
יציאות, ויש כניסות, וכל
איש משחק בימי חייו
שֶׁלל תפקידים שונים" על
בימות חברתיות שונות.



אחד הסוציולוגים החשובים ביותר במאה
העשרים, ארוינג גופמן טבע את ההבדל
בין...

'האני'
החברתי'

מי שהיינו רוצים
שיחשבו שאנחנו

VS

'האני'
הפנימי'

מי שאנחנו
באמת

ארווין
גופמן



"כדי שנוכל
לתפקד בחברה
באופן יעיל, אנחנו
זקוקים להצגה
עצמית
אסטרטגית!"

ההצגה הזו בנויה על 'פרצוף' שאנחנו מייצרים

ה'פרצוף' הזה מסמל
את מי שאנחנו רוצים
שאחרים יחשבו
שאנו, והוא 'העצמי'
החברתי שלנו.



היום, בעידן הרשתות החברתיות, התיאוריה הזו של גופמן נכונה יותר מתמיד



- ▶ הצורך הזה, בתדמית - השונה לעתים תכלית שינוי ממי שאנחנו באמת - אינה מנת חלקם של מנכ"לים בלבד.
- ▶ הוא קיים אצל כל אחד ואחד מאיתנו, וקל לנו לאבחן אותו בדפי הפייסבוק ובאינסטגרם של חברינו, שרבים מהם מציגים אידיליה דיגיטלית לא מציאותית למטרות חברתיות.

קל להוליך שולל, בגלל 'אפקט ההילה' (Halo effect)

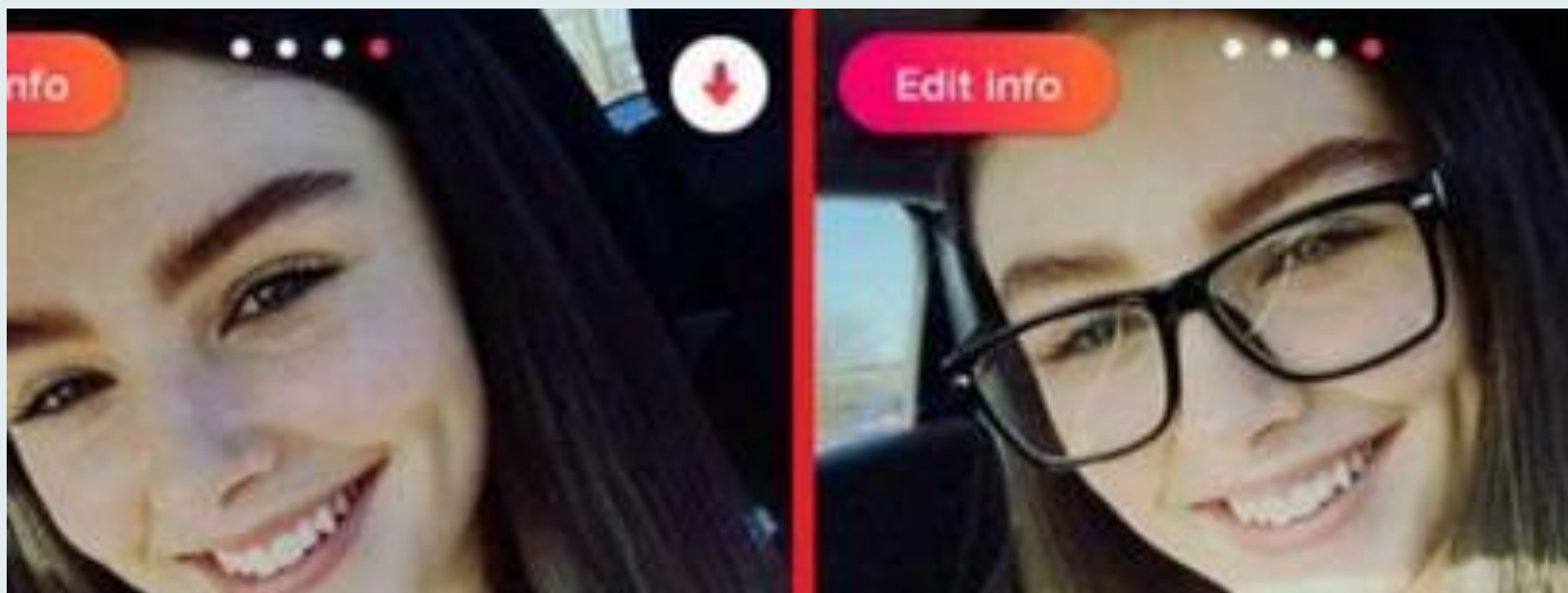


אפקט ההילה: 'יופי צובע את החסרונות'; ולהיפך...



- ▶ קבלת רושם מוטעה על אדם, לטובה או לרעה, **כשמסיקים מתכונה אחת שלו על התנהגותו הכללית.**
- ▶ אפקט ההילה מתרחש כאשר מכילים את התכונות החיוביות או השליליות של אדם או של מוצר על דברים נוספים בסביבתו, ובכך "צובעים" אותו ואת סביבתו בגוון אחיד.

למשל: מי נראית חכמה/בוגרת יותר?



אפקט ההילה: הניסוי באחוזה (1)



אפקט ההילה: הניסוי באחוזה (2)



הטיה בתפיסתנו אנשים: מה חשבתם כשראיתם לראשונה את סוזן בויל?



למה המנחים, ובעצם כולנו, הופתענו כשראינו זאת לראשונה?



סוזן בויל

- ▶ כי בתפיסה החברתית שלנו אנחנו מחברים יופי ואסתטיקה ליכולת שירה (מה הקשר?).
- ▶ לכן, סברנו שכשאשה לא מטופחת תשיר, זה יהיה קוריוז...

דרך התיאוריות הללו, אנו יכולים להבין טוב יותר מה המעסיקים שלנו מחפשים ברשתות החברתיות...



**ואיזה שימוש נעשה בהם אנחנו,
כמנהלי כוח אדם...**

אבל מהו היחס בין התדמית והעצמי הפנימי שלי?



- ▶ האם אחרי חמש שנים בחליפה, ה'עצמי' שלי נותר יחף, במכנסיים קצרות?
- ▶ ואיך אנחנו מחליטים מה ישתקף בהצגה העצמית האסטרטגית שלנו?

משאבי אנוש ברשתות החברתיות



Knowledge PRODUCTION

"ייצור ידע"

אם העובדים שלנו הם 'חיות רשת', הרי
שהרשתות החברתיות הם המקום ללמוד
עליהם, וגם לאתר ולבחור חדשים...



שתי רשתות שונות במטרתן

▶ השנייה מתמקדת בכרטיס הביקור המקצועי של העובד / המנהל

▶ האחת היא הזירה החברתית שלו והמקום ללמוד על חוזקותיו, ובעיקר על חולשותיו!



שתי הרשתות – פייסבוק ולינקדאין -
מעניינות אותנו מאוד **כמנהלי כוח אדם**

בלינקדאין

נשתמש כזירה

עסקית

שבה אנו מוצאים
עובדים ומתפתחים
מקצועית

VS

בפייסבוק

נלמד על

העובד

ובעיקר, על
חולשותיו...

כיוון שהפייסבוק מוכר לרובכם היטב...

וכיוון שפניכם לעולם
העבודה, אנחנו נתמקד
בקורס הזה בלינקדין,
ונהפוך אותו לזירת
ההתנהלות העיקרית
שלנו בקורס.




הציון שלכם בקורס יקבע על פי ההתנהלות שלכם בלינקדין

▶ הפרופיל שתבנו (באנגלית), הדיונים שתקיימו
והחברים שתרכשו.

▶ אני מצפה מכם לסייע אחד לשני, לחקות אחד את
השני ברעיונות הטובים, ולסיים את הקורס כ'חיות
לינקדין', שידעו להפיק ממנו את המירב בעולם
העבודה!





תידרשו, בין היתר, ליצור פרופיל יסודי ומושקע בלינקדין, באנגלית

in Search Home My Network Jobs Messaging



Pinhas (Pini) Yehezkeally
Organizational Network Analysis' (ONA) expert, and partner in 'Knowledge Production'
Israel

[Add profile section](#) [More...](#)

-  Achva Academic College
-  Universitat Ben Gurion Ba-Negev
-  See contact info
-  See connections (500+)

Dr. Pinhas Yehezkeally is specializing in organizations' effectiveness. He is a partner in "Knowledge Production", the CEO of the Society of Search and Rescue Team, and the owner and the Chief Editor of a Hebrew knowledge website (ייצור ידע). He is also a Co-founder and former CEO and president of TECI (...)

להגדיל את רשימת החברים שלכם בקשרים איכותיים

הכרנו בלינקאין...



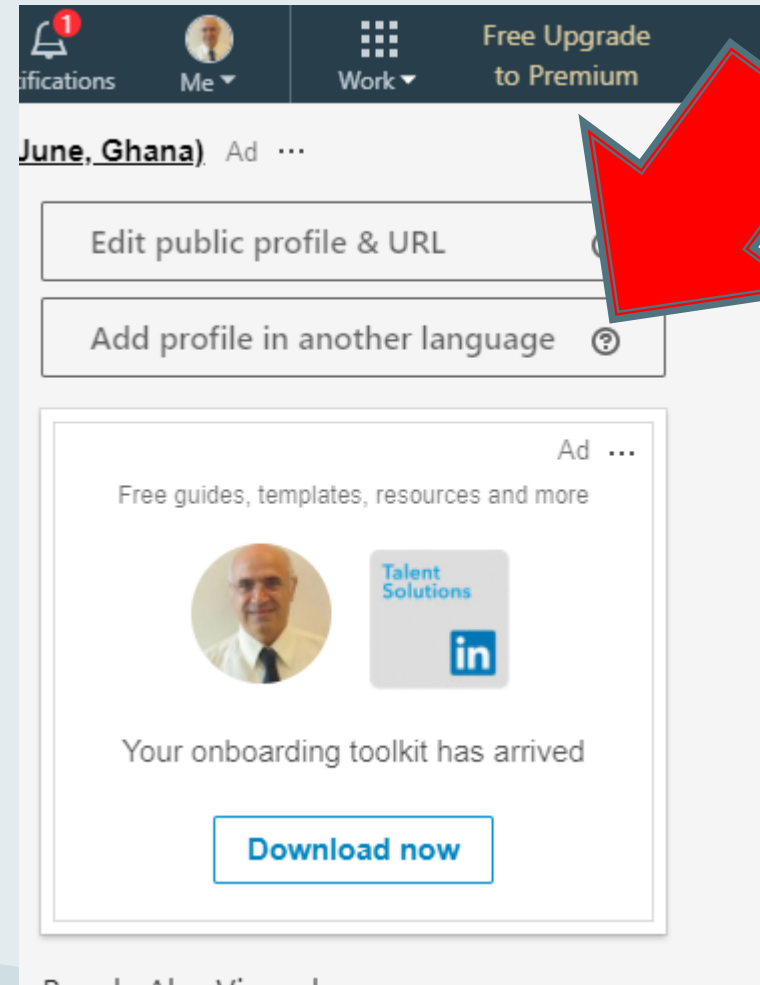
ולעשות שימוש במגוון הכלים שהלינקדין מציע

- ▶ הן על מנת ליצור **נוכחות**;
- ▶ והן כדי להגדיל את **מעגל החברים!**



לאלה מכם שיש מזל ויודעים שפות נתמכות, כמו ערבית ורוסית...

- ▶ מומלץ להוסיף תרגום של הפרופיל לשפות הללו.
- ▶ הלחצן מופיע בפינה הימנית למעלה של דף הפרופיל.



לא חייבים להיות מקוריים



עדיף
לגנוב
רעיון
מצוין,

מלהמציא

רעיון
בינוני!

גם ארגונים 'לוקחים' ידע אחד מרעהו





סוף

Knowledge PRODUCTION

"ייצור ידע"