

## מיתוג עצמי של מורים ב-Facebook (פוסטר)

חגית מישר-טל

תימור ניסים

ירדן ברקת

מכון טכנולוגי חולון

מכון טכנולוגי חולון

מכון טכנולוגי חולון

[hagitmt@hit.ac.il](mailto:hagitmt@hit.ac.il)

[timornissim1@gmail.com](mailto:timornissim1@gmail.com)

[yardenbareket@gmail.com](mailto:yardenbareket@gmail.com)

## Teachers' Self-Branding On Facebook (Poster)

Yarden Bareket

Timor Nissim

Hagit Meishar Tal

Holon Institute of Technology

Holon Institute of Technology

Holon Institute of Technology

### Abstract

Most previous researches that focus on teachers' use of Facebook are concentrating on the teachers-students relations and the danger that students and teachers are facing in Facebook. Nevertheless, in the private sector Facebook is seen as a space for self-branding and reputation promotion. In this study we examined to what extent teachers consider Facebook as a tool for self-branding and reputation management. The study was conducted via an online questionnaire published in different groups of teachers on Facebook. 89 teachers filled up a questionnaire reporting on their use of Facebook for professional promotion and self-branding. The findings indicate that most teachers opened a Facebook account to keep in touch with friends and family and only a few reported that their purpose was mainly professional, for self-branding. The findings also show that teachers manage their privacy settings in a way that limits "non-friend" viewers from viewing their personal profile. Most teachers (62.8%) stated that it is important for them to maintain the image that they created in school and therefore they avoid posting posts that could damage this image. It seems that teachers haven't recognized yet the potential of Facebook for self-branding. They see Facebook as a space where they have to protect themselves and their reputation rather than a space that can be used for self-branding and professional promotion.

**Keywords:** Facebook, Self-branding, professional promotion.

### תקציר

השימוש של מורים בפייסבוק נדון במחקרים רבים בעיקר בהקשר של קשרי מורים-תלמידים ובהתייחס לסכנות העורבות למורים ולתלמידים בסביבה זו. לעומת זאת, בזירה העסקית והפרטית מקובל להתייחס לפייסבוק כסביבה בה לכל אדם יש אפשרות להציג את עצמו בדרך בה הוא מעוניין להיות מוצג ועל ידי כך גם למתג את עצמו, כלומר לנהל את המוניטין של עצמו ולהשתמש ברשת כאמצעי לקידום עצמי (Peters, 1997). משתמשים ברשת חברתית שמעוניינים למתג את עצמם נדרשים "להראות נוכחות" בתדירות גבוהה תוך התייחסות לשינויי המציאות בשטח ובתחומי העניין (הסגל, 2011).

הרשת החברתית מציעה למורים הזדמנות להרחבת המעגלים שלהם באופן משמעותי יחסית להזדמנויות המסופקות להן בקהילות המקצועיות בבית הספר ומחוצה לו (קופיט, 2007). במחקר זה בדקנו עד כמה מורים רואים את רשת הפייסבוק כסביבה שתקדם אותם מבחינה מקצועית, ומשתמשים בה בצורה

שתקדם את מיתוגם העצמי. השאלות העיקריות שחקרנו הן: האם ובאיזו מידה משתמשים מורים בפייסבוק לקידום המקצועי שלהם?

המחקר נערך באמצעות שאלון מקוון שפורסם בקבוצות שונות של מורים בפייסבוק והשתתפו בו 89 מורים בארץ. כשני שלישי נשים והיתר גברים, ממוצע גילם עומד על 37. וממוצע שנות הוותק שלהם בהוראה הוא 10 שנים ונע בין 1-36 שנים. בשאלון נכללו שאלות סגורות מסוג חד ורב ברירה וכן שאלות פתוחות למענה חופשי הנוגעות לדעותיהם של הנשאלים לגבי מטרת השימוש בפייסבוק.

ממצאי המחקר עולה כי מרבית המורים פתחו פרופיל בכדי לשמור על קשר עם מכרים ומשפחה ורק מעטים העידו כי פתחו לצרכים מקצועיים בלבד. לא נמצאו תגובות המעידות על פתיחת פרופיל אישי למטרות מיתוג עצמי.

הממצאים מראים כי מורים נוהגים להיות פסיביים יחסית בשימוש שלהם ברשת הפייסבוק. בין הפעולות השכיחות ביותר שדיווחו המורים היו סימון ה"Like" וצפייה בפרסומים של אחרים, זאת בניגוד להעלאת סטטוסים ותמונות המייצגים ביטוי עצמי רחב.

החברים העיקריים של המורים בפייסבוק הם חבריהם אישיים (70%) רק עבור 16% החברים העיקריים הם קולגות לעבודה, דבר המחזק את המסקנה שרוב המורים אינם משתמשים בפייסבוק לצורכי קידום אישי-מקצועי.

עוד עולה מן הממצאים שמורים נוהגים להפעיל הגדרות פרטיות נרחבות הכוללות חסימות צפייה בפרופיל האישי שלהם. רוב המורים (62.8%) הצהירו כי חשוב להם לשמר את התדמית אותה הם יוצרים בפני תלמידיהם בבית הספר ולכן נמנעים מהעלאת פרסומים העלולים לשנות תדמית זו.

נראה כי המורים עדיין לא זיהו את הפוטנציאל של פייסבוק כסביבה למיתוג עצמי וניהול מוניטין. רואים ברשת הפייסבוק מערכת שצריך להתגונן מפניה ופחות מערכת שניתן להשתמש בה לקידום עצמי.

**מילות מפתח:** פייסבוק, מיתוג עצמי, קידום מוניטין, ניהול תדמית.

## מקורות

- הסגל, א' (2011). "רשתות חברתיות, מיתוג עצמי והשגת מטרות" **ביטאון מכון מופ"ת**, 46, 13-15.
- קופיט, ר' (2007). **מקומו של המרחב המתקשב בחייהם של מורים בישראל**. אוניברסיטת בן גוריון, המחלקה לתקשורת. תזה בהנחיית: ד"ר נלי אליאס
- רותם, א' ואבני ע' (2010). **המורה במלכודת הרשת החברתית**. מתקוונים לאתיקה. אוחזר מתוך האתר: <http://ianethics.com/wp-content/uploads/2010/11/teacher-student-facebook.pdf>

Peters, T. (2007). The brand called you. *Fast Company Magazine*, 10(10). Retrieved from: [http://www.eahover.com/dconn-web/The\\_Brand\\_Called\\_You.pdf](http://www.eahover.com/dconn-web/The_Brand_Called_You.pdf)