

MODUŁ IV: WIZERUNEK W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Cel: Uczniowie poznają możliwości wykorzystania mediów społecznościowych na potrzeby kreowania własnego wizerunku.

Przykładowe możliwości wykorzystania materiałów:

1. Praca w grupach – uczniowie wybierają spośród siebie jedną osobę i przyglądają się temu, jak funkcjonuje ona w mediach społecznościowych.
2. Praca indywidualna – uczniowie przyglądają się swojemu własnemu wizerunkowi w mediach społecznościowych.

Praca powinna przebiegać według następującego schematu:

KROK I: Uczniowie dokonują podsumowania dotychczasowego funkcjonowania – ilość portali, rodzaj zamieszczonych informacji, ich możliwy wpływ na przebieg rekrutacji do przyszłej pracy.

KROK II: Uczniowie wspólnie planują działania zmierzające do udoskonalenia wizerunku wybranej osoby. Przedstawiają szczegółowy plan działania – media, które powinny się w nim znaleźć, zadania, które powinien wykonać uczeń.

KROK III: Po wykonanej pracy nauczyciel informuje uczniów, że chciałby dołożyć do ich planu dodatkowe elementy. Prosi o sprawdzenie, czy znajdują się one w wykonanym przez nich zadaniu i o ewentualne ich uwzględnienie. Jednocześnie informuje, że nie wszystkie stwierdzenia, które zostały rozdane, służą tworzeniu profesjonalnego wizerunku, więc nie wszystkie powinny być uwzględnione.

KROK IV: Nauczyciel dokonuje podsumowania i zbiera w jednym miejscu (tablica, flipchart) wspólnie wypracowane zasady tworzenia profesjonalnego wizerunku w mediach społecznościowych.

Materiały: Kartki papieru, długopisy/mazaki, tablica, telefony komórkowe (do przyjrzenia się profilom na portalach społecznościowych), arkusze A4 z dodatkowymi stwierdzeniami (wcześniej pociętymi).

Czas trwania: 45 minut.





Robię listę portali społecznościowych o charakterze zawodowym i wybieram te, które są najbardziej adekwatne do specyfiki mojej działalności/branży.

Zakładam konto na portalu społecznościowym z założeniem, że za jego pośrednictwem będę budował relacje zawodowe.

Tworząc konto na portalu uzupełniam wiadomości na temat mojego wykształcenia, doświadczenia zawodowego oraz zainteresowań.

Wybieram fotografię, umieszczam ją na portalu.



Przeoglądam strony pracodawców, ich profile na portalach społecznościowych, znajduję przestrzenie w sieci wirtualnej, w której oni są aktywni i dołączam do nich.

Dołączam do społeczności, która mnie interesuje pod względem hobby oraz przyszłego zatrudnienia.

Na swoim profilu umieszczam na bieżąco informacje o swojej aktywności w różnych projektach, w których biorę udział.

Zapoznaję się z polityką prywatności danego portalu i ustawiam ograniczony dostęp do treści, które publikuję.

Obserwuję aktywność w sieci moich znajomych, sprawdzam czy publikują informacje na mój temat lub fotografie z moim wizerunkiem. Jeśli tak, reaguję, gdy są to treści, których nie chciałbym upubliczniać.





Robię listę portali społecznościowych wybieram te, które są najpopularniejsze.

Zakładam konto na portalu społecznościowym.

Tworząc konto na portalu uzupełniam wiadomości na temat mojego wykształcenia, ulubionej muzyki, filmów, form spędzania czasu wolnego.

Wybieram fotografię, na której wyglądam najbardziej atrakcyjnie, np. z imprezy lub wakacji.

Tworząc profil wysyłam zaproszenia do pracodawców oraz wszystkich moich znajomych.

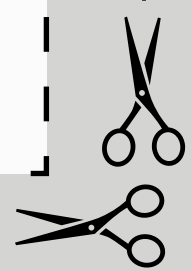
Dołączam do społeczności, które są najbardziej popularne i modne w danym czasie, choć niekoniecznie się z nimi identyfikuję.

Na swoim profilu umieszczam informacje o swoich aktywnościach w życiu codziennym.

Nie zakładam dodatkowego konta na portalu poświęconemu kontaktom zawodowym. Do budowania relacji zawodowych wykorzystuję już istniejące konto dostępne dla wszystkich znajomych i potencjalnych pracodawców.

Nie mam nic do ukrycia, dlatego zarówno profil prywatny jak i profil o charakterze zawodowym są dostępne dla wszystkich użytkowników Internetu.

Zależy mi na tym, aby jak najwięcej osób mnie poznało, dlatego chętnie umieszczam różnego rodzaju informacje na swój temat na profilach znajomych oraz pozwalam, żeby inni publikowali treści oraz fotografie z moim wizerunkiem.



ROZWIĄZANIE UKŁADANKI ORAZ KOMENTARZ DO ĆWICZENIA

Prawidłowy wybór odpowiedzi:

1. ROBIĘ LISTĘ PORTALI SPOŁECZNOŚCIOWYCH O CHARAKTERZE ZAWODOWYM I WYBIERAM TE, KTÓRE SĄ NAJBARDZIEJ ADEKWATNE DO SPECYFIKI MOJEJ DZIAŁALNOŚCI/BRANŻY.
2. ZAKŁADAM KONTO NA PORTALU SPOŁECZNOŚCIOWYM Z ZAŁOŻENIEM, ŻE ZA JEGO POŚREDNICTWEM BĘDĘ BUDOWAŁ RELACJE ZAWODOWE.
3. ZAPOZNAJĘ SIĘ Z POLITYKĄ PRYWATNOŚCI DANEGO PORTALU I USTAWIAM OGRANICZONY DOSTĘP DO TREŚCI, KTÓRE PUBLIKUJĘ.
4. TWORZĄC KONTO NA PORTALU UZUPEŁNIAM WIADOMOŚCI NA TEMAT MOJEGO WYKSZTAŁCENIA, DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO ORAZ ZAINTERESOWAŃ.
5. WYBIERAM FOTOGRAFIĘ, UMIESZCZAM JĄ NA PORTALU.
6. DOŁĄCZAM DO SPOŁECZNOŚCI, KTÓRA MNIE INTERESUJE POD WZGLĘDEM HOBBY ORAZ PRZYSZŁEGO ZATRUDNIENIA.
7. NA SWOIM PROFILU UMIESZCZAM NA BIEŻĄCO INFORMACJE O SWOJEJ AKTYWNOŚCI W RÓŻNYCH PROJEKTACH, W KTÓRYCH BIORĘ UDZIAŁ.
8. OBSERWUJĘ AKTYWNOŚĆ W SIECI MOICH ZNAJOMYCH, SPRAWDZAM CZY PUBLIKUJĄ INFORMACJE NA MÓJ TEMAT LUB FOTOGRAFIE Z MOIM WIZERUNKIEM. JEŚLI TAK, REAGUJĘ, GDY SĄ TO TREŚCI, KTÓRYCH MÓGŁBYM SIĘ WSTYDZIĆ.

Komentarz nauczyciela:

Obecność w mediach społecznościowych służy m.in. do budowania sieci kontaktów, prywatnych jak i zawodowych. Dostępność różnorodnych serwisów pozwala na zawieranie znajomości oraz budowanie relacji o charakterze oficjalnym i nieoficjalnym. Należy jednak pamiętać o dopasowaniu publikowanych treści do charakteru portalu. Charakter publikowanych treści zarówno komunikatów słownych, zamieszczanych grafik, udostępnianych aktywności buduje wizerunek. Tylko od Ciebie zależy, jak Twój przyszły pracodawca będzie Cię postrzegał.

Kilka zasad budowania wizerunku w przestrzeni mediów społecznościowych:

1. Wyznaczenie celu.

Rozpocznij od odpowiedzi na pytania: po co Ci obecność w mediach społecznościowych, co jest Twoim celem, jaki charakter ma mieć wizerunek, który chcesz zbudować w Internecie – czyli co chcesz, żeby inni użytkownicy sieci o Tobie wiedzieli, z czym Cię kojarzyli, z czym utożsamiali? Jeśli ustalisz, że Twój wizerunek w mediach społecznościowych ma być Twoją wizytówką dla przyszłego pracodawcy, pomocne będzie określenie Twoich mocnych i słabych stron, ustalenie aktywności i osiągnięć, którymi chciałbyś się pochwalić oraz podanie wykształcenia, które posiadasz. Zastanów się również nad tym, jak pracodawcy mają Cię odbierać, np. jako profesjonalistę, działacza społecznego, sportowca, itp.

2. Wybór mediów społecznościowych.

Jeśli odpowiedziałeś sobie na powyższe pytania i zdecydowałeś się wykorzystać Internet do budowania swojego wizerunku zawodowego, to następnym krokiem jest stworzenie listy portali społecznościowych, na których chciałbyś zaistnieć. Portalami społecznościowymi o charakterze zawodowym są m.in. LinkedIn.com, Glodeline.pl, Myskills.pl. Pamiętaj, że Facebook.pl choć jest w pierwszej kolejności portalem towarzyskim, służy również do kreowania Twojego wizerunku i może posłużyć do budowania relacji zawodowych.

3. Profesjonalny wizerunek to spójny wizerunek.

Najistotniejszą rzeczą w kreowaniu wizerunku jest jego spójność. Spójność przekazu, którą za sobą niosą publikowane treści świadczy o wiarygodności Twojego wizerunku, a tym samym o tym czy inni będą postrzegać Cię jako osobę wiarygodną, godną zaufania czy też nie.

Znając 3 podstawowe zasady kreowania wizerunku w mediach społecznościowych zastanów się nad:

1. **Charakterem publikowanych zdjęć.**
2. **Treścią publikowanych komunikatów.**
3. **Ustawieniem prywatności/dostępności Twojego konta.**
4. **Aktywnością w sieci.**

Wskazówki dla prowadzącego ćwiczenie:

1. Charakter publikowanych zdjęć :

Oficjalny: wyznacznik stanowi strój formalny (marynarka, koszula, itd), zakryte ramiona, upięte włosy (w przypadku kobiet), delikatna biżuteria i lekki makijaż (w przypadku kobiet). Zdjęcie nie może być wycinkiem większej fotografii. Przeciwnieństwem zdjęć oficjalnych są fotografie z wakacji, z imprez, z zawodów sportowych (poza sportowcami), w wyzywających strojach oraz w dwuznacznych pozach. **Pamiętaj!** W niektórych krajach UE zabronione jest dodawanie zdjęć do Cv ze względu na to, że może to być potencjalny czynnik dyskryminacji. Jeśli zastanawiasz się, czy Twoje zdjęcie nadaje się do zamieszczenia w mediach społecznościowych o charakterze zawodowym, poszukaj w przeglądarce zdjęć biznesowych. Przykłady te, pomogą rozwiązać Twoje wątpliwości.

2. Treść publikowanych komunikatów to:

- zdjęcia, które zamieszczasz,
- linki, które upubliczniasz,
- strony lub osoby, które lubisz,
- aktywności, w których bierzesz udział,
- oznaczenia na zdjęciach, wydarzeniach innych osób,
- miejsca, w których przebywasz,
- komentarze, które zamieszczasz pod publikacjami innych,
- komunikaty, które same redagujesz i zamieszczasz.

Pamiętaj, że wszystkie powyższe treści zamieszczone w sieci, wyrażają Ciebie i to, z czym się utożsamiasz. Są to cenne informacje dla Twojego przyszłego pracodawcy. Bądź ostrożny w co się angażujesz, w jaki sposób wyrażasz swoje zdanie (np. rodzaj komentarza, hejtu), co zyskuje Twoją aprobatę (rzeczy, które lubisz, udostępniasz, o czym wspominasz w postach). Pamiętaj, że błędy ortograficzne w treściach zamieszczanych przez Ciebie nie są Twoją dobrą wizytówką.

3. Ustawienia prywatności.

Każdy portal ma możliwość określenia dostępu do wglądu na Twój profil. Inaczej mówiąc określoną politykę prywatności. To od Ciebie zależy, kto i kiedy będzie widział Twój profil oraz jakie treści dotrą do określonej grupy znajomych. Jeśli zdecydowałeś się założyć dwa oddzielne konta, prywatne i drugie do budowania relacji zawodowych, pamiętaj aby treści, które upubliczniasz na koncie prywatnym nie były dostępne innym odbiorcom niż osobom, które chcesz żeby widziały te treści.

4. Aktywność w sieci.

Każdy wpis, artykuł, komentarz czy wzmianka z Twoim nazwiskiem jest wizytówką tego jakie aktywności prowadzasz. Aktywność w sieci może być Twoim sprzymierzeńcem, np. gdy Twoje nazwisko pojawi się w artykule czy na stronie internetowej szkoły z informacją o laureatach olimpiad. Wpis bądź artykuł zawierający informacje o negatywnej działalności Twojej osoby lub upublicznienie kompromitującego filmiku na portalu również skutecznie może zaszkodzić Twojemu wizerunkowi. Dlatego kontroluj treści zawierające Twój wizerunek (zdjęcia, nagrania) oraz chroń swoje dane umożliwiające identyfikację Ciebie innym użytkownikom sieci.

Materiały zostały opracowane przez zespół pracowników Centrum Doradztwa Zawodowego dla Młodzieży oraz Obserwatorium Gospodarki i Rynku Pracy Aglomeracji Poznańskiej na podstawie broszury **Najpopularniejsze sposoby poszukiwania pracy i pracownika** wydanej przez Obserwatorium na podstawie wyników badań prowadzonych w 2015 r.

Jeśli chcę Państwo zapoznać się z treścią broszury **Najpopularniejsze sposoby poszukiwania pracy i pracownika** należy pobrać udostępniony plik zatytułowany **BROSZURA INFORMACYJNA** lub wejść na stronę **www.obserwatorium-poznan.pl**

Jeśli chcę Państwo otrzymać broszurę w wersji papierowej prosimy napisać do nas: **obserwatorium@obserwatorium-poznan.pl**, a my wyślemy ją pod wskazany adres szkoły.

Jeśli mają Państwo pomysł na materiały informacyjne albo jest coś, czym chcieliby Państwo się podzielić, a dotyczy to rynku pracy, edukacji, gospodarki lub ścieżki kariery zawodowej, prosimy napisać do nas na adres: **obserwatorium@obserwatorium-poznan.pl**

Centrum Doradztwa Zawodowego dla Młodzieży
Obserwatorium Gospodarki i Rynku Pracy Aglomeracji Poznańskiej
Adres: ul. Działyńskich 4/5, 61-727 Poznań
Kontakt telefoniczny: 514 836 215
E-mail: obserwatorium@obserwatorium-poznan.pl
Grafika: www.freepik.com

