

לייק או הייד: לפעמים זה גם יכול לפגוע בפרנסה

התמונות שחלקתם עם כל העולם ואשתו, הלייקים שפיזרתם בנדיבות (או בקמצנות) וגם דעתכם על גלעד שליט - כל אלו יכולים להפיל אתכם אם הבוס נתקל בפרופיל הפייסבוק שלכם ולא אהב את מה שראה. אבל יש גם מנהלים שלא מוכנים להעסיק סרבני רשתות חברתיות. מהו שביל הזהב? התשובות בפנים

אלכס דורון | 14/7/2012 10:03

תגיות: רשתות חברתיות, עבודה בארגון זה קרה לא מזמן בחברת הייטק גדולה בארץ: עובד משועמם, או אולי זועם, החליף את תמונת הפרופיל שהתנוססה בדף הפייסבוק הפרטי שלו בסמל תנועת "כהנא חי", מסיבות השמורות עמו. הנהלת החברה גילתה זאת - וראשיה הזדעזעו עד עמקי נשמתם. העובד נקרא לשימוע ונצטווה להסיר מיד את התמונה כדי שאיש לא יוכל לקשר את החברה עם תנועת "כך" הימנית קיצונית, מה שעלול להזיק למוניטין שלה ולהיקפי המכירות.

"המקרה לא הגיע לבית המשפט כיוון שהעובד התרצה בעקבות לחץ מתון שהופעל עליו", אומרת עורכת הדין שירה להט, מומחית לדיני עבודה במשרד יגאל ארנון ושות'. להט עוקבת אחר השפעות הרשתות החברתיות, ובראשן פייסבוק, טוויטר ויוטיוב, על יחסי עבודה. הרשתות שהשתלטו על חיינו הפכו לחרב פיפיות: מצד אחד, חשיפת יתר של פרטים אישיים עלולה לגרום לפיטורים או לקושי במציאת עבודה, מנגד - ישנם מנהלים הנרתעים מלהעסיק "סרבני פייסבוק", מחשש שמדובר בטיפוסים משוללי כישורים חברתיים.

"בעקבות 'פרשת כהנא' הנהלת אותה חברה מיהרה להוציא נוהל פנימי מחייב שאוסר מעתה והלאה על כלל העובדים לציין בדף הפייסבוק הפרטי שלהם את מקום העבודה ואת תפקידם בחברה", חוזרת להט אל הסיפור. "מה שנחשב עד כה לעניין שבו עובדים התגאו, מעין מקור להזדהות, הפך לפתע לבעייתי".

מקרה נוסף, שעודנו מתברר בבית הדין לעבודה בתל אביב ואף זכה לכמה כתבות בתקשורת, החל כשעובדת התלוננה בפייסבוק בפני גולשות אחרות על המנהלת ה"ביצ'ית" שלה. לרוע מזלה, אותה מנהלת שנואה עקבה אחרי התנהלות עובדיה ברשת החברתית וגילתה זאת. העובדה פוטרה מיד והפרשה נגררת חודשים ארוכים בבית המשפט.

"יותר ויותר עובדים ומעסיקים משתמשים ברשת התוססת הזאת באינטנסיביות שלא נראתה קודם לכן כדי לחפש עבודה, לאתר מומחים למשרות ספציפיות שמתפנות וגם כדי 'לבלוש' אחר העובדים", מספרת להט. "כאשר נולד פייסבוק הוא בוודאי לא נועד לכך, ועתה יש לכך גם מחיר: כאשר המשתמשים מרשים לעצמם חופש ביטוי מוגזם או צורות התבטאות לא מקובלות - הם עלולים לאבד את פרנסתם, כמעט במהירות האור".

המאבק בסרבנות

ישראלים, אומרת עו"ד להט, נחשבים למשתמשי פייסבוק "כבדים". על פי סקר שנערך בארץ בשנה שעברה, 3.4 מיליון איש, המהווים 45 אחוז מהאוכלוסייה, הם משתמשי פייסבוק רשומים. 3.4 מיליון המשתמשים כוללים גם חברות וארגונים בעלי דפים ברשת, אך עדיין מדובר במספר עצום. "הישראלי הקדיש לפייסבוק בשנה שעברה 11 שעות בחודש בממוצע. יש להניח שהנתונים לשנה הזאת יהיו גבוהים הרבה יותר".

סקר שנערך לפני כחודשיים בשבדיה, מדינה שהאוכלוסייה בה דומה בגודלה לישראל, גילה שמשתמש פייסבוק ממוצע מבלה באתר 75 דקות בכל יום ונכנס אליו יותר מ-6 פעמים ביממה. 70 אחוז מהנשאלים בסקר העידו כי הם נכנסים לרשת "על הבוקר" - מיד כאשר הם מפעילים את

המחשב. 26 אחוז מהם דיווחו שכאשר סיבות שונות אינן מאפשרות להם להיכנס לרשת, הם מרגישים רע מאוד, "ממש חולים".



פייסבוק. האח הגדול משקיף מלמעלה. צילום: גטי אימג'ס

נשים מבלות בפייסבוק יותר

מגברים 81 - דקות ביום בממוצע, לעומת "רק" 64 דקות ביום אצל הגברים. 67 אחוז מהגולשים עושים זאת כדי "להרוג את הזמן" 38, "אחוז משתמשים ברשת כדי לרכל עם חברים, להחליף מידע שלילי על עמיתים, מכרים ואישים שונים. נשים כותבות בפייסבוק על רגשות ועל מערכות היחסים שלהן, שליש מהגברים מנסים לעורר פרובוקציות כלפי קולגות.

סקר אחר שנעשה בארה"ב גילה כי ישנם לא מעט סרבני פייסבוק בקרב משתמשי האינטרנט - מיליונים של "מרדנים" המתעקשים לא לצלול אל עולמו של מארק צוקרברג. "במצב הנוכחי ובכל הקשור לעבודה - לסרב בפייסבוק יש, או תצוץ בקרוב, בעיה", אומרת עו"ד להט. "הסירוב יעיד עליו שאינו מוכן לקחת חלק בפעילות חברתית שבני גילו, חבריו למקצוע ואנשים בעלי השכלה דומה לשלו משתתפים בה. הפעילים ברשת מסתמנים כבעלי ניסיון רב יותר מסרבני הפייסבוק. השיתוף ברשת החברתית יוצר אינטימיות - מלאכותית אמנם - בין עובדים: יש להם בדיחות משותפות, הווי, הם מחליפים כך מידע. מי שמסרב ליטול חלק בפעילות הזאת מוציא את עצמו מהכלל. מעסיקים רבים רואים בכך חיסרון משמעותי."

עם הזמן פייסבוק יוצר תופעות חדשות. "שרה בממשלת ספרד הודיעה לא מכבר בפייסבוק שנכנסה להריון", מספרת להט. "במקום לפרסם הודעה מסודרת לתקשורת, לפי המתכונת הקודמת, היא עשתה זאת באתר הרשמי שלה ברשת שבו היא מתכתבת עם עוקביה באינטנסיביות רבה. ההחלטה הנועזת שלה רק הוכיחה לאיזו עוצמה הגיעה הרשת."

אנחנו יודעים היום, מספרת להט, שקרוב לרבע מהמנהלים כבר מחפשים עובדים דרך פייסבוק. ארגונים מעדיפים לעתים קרובות לחפש עובדים דרך הרשת משום שההנהלה מעריכה שכך היא עשויה להגיע לבעלי מומחיות ולמקצוענים שלא היתה יכולה להגיע אליהם בדרך אחרת. מעסיקים בודקים את התנהגות המועמדים למשרה ברשת החברתית ולומדים עליהם הרבה מאוד, עוד לפני הזימון לראיון אישי. "מבררים מה האנשים הללו כותבים על עצמם, כיצד הם מציגים את עצמם, עם מי הם מנהלים את הקשרים החברתיים-המקוונים שלהם, מהי צורת ההתבטאות", מפרטת להט. מנהלים כאלו, המבצעים "עבודת בילוש" ברשת, עלולים לפסול מועמד לתפקיד ניהולי אם בפרופיל הרשת שלו מופיעות בדיחות גסות או תצלומים אישיים מדי. "יש גם מנהלים שיירתעו ממועמד שיותר מדי פעיל ברשת. יסמנו אותו כטראבל מייקר פוטנציאלי. מנגד יהיו מנהלים שישמחו לראות מועמד שעמו יש להם תחומי עניין ותחביבים משותפים, ואולי אף דעות פוליטיות. כל זה הרי מתגלה בעיקר בדפי הרשת, מוסיפה להט. "המנהלים גם ינסו לקבל חוות דעת של עמיתיהם על מועמד - אף זאת בהתאם לפעילותו של זה בפייסבוק."

למה לי פוליטיקה

באחרונה, אומרת להט, החלו חברות ביטוח לעקוב אחר מה שהמבוטחים חושפים על עצמם ברשת, בפרט אלו המגישים תביעות. החברות מחפשות כל פיסת מידע כדי למצוא דיווחים שקריים או דרישות פיצוי מוגזמות. באופן זה החברות גילו תובעים שטענו למצוקה נפשית, ובו בזמן העלו לדפי הרשת שלהם תמונות מבילויים בנופש או באירועים חגיגיים ושמחים. עובד אחד, למשל, דיווח על מחלה. התמונות בפייסבוק שלו דווקא העידו על בילוי בחוף הים, והוא פוטר.

"בסנט לואיס שבמדינת מיזורי פוטרה אישה לאחר שמעסיקה גילו כי בשעות הפנאי שלה כתבה בלוג עסיסי על סקס והפיצה אותו בפייסבוק. אמנם היא השתמשה בשם בדוי, אבל עשתה טעות אסטרטגית ופרסמה אותו גם בטוויטר - מה שהוביל לחשיפתה. כשהדבר נודע למעסיקה, הם פיטרו אותה מיד, בלי לערוך לה שימוע," מספרת להט. לדבריה, אותו משרד בסנט לואיס עודד את מנהליו הבכירים לבחון את התנהלות עובדיהם ברשת, וציפה שהעובדים ינהגו גם מחוץ לשעות העבודה על פי הקודים המוסריים של החברה.

"אפשר להתווכח עד כמה לגיטימית הציפייה של מעסיק או מנהל לשלוט ולפקח על חיי העובד גם אחרי שעות העבודה, אבל עובדה שהבעיה התקדימית הזאת התגלגלה לפתחו של בית המשפט בארה"ב, מציינת להט. באופן דומה אך שונה, מעסיקים רבים - בפרט חברות בינלאומיות - אינם מעוניינים להיות מזוהים פוליטית. "מובן שההנהלה אינה יכולה למנוע מעובדיה להביע דעות, או להיות פעילים פוליטית בעת מערכת בחירות ומחוץ לשעות העבודה," מסבירה עו"ד להט, "אבל עובדים מנצלים רשתות חברתיות להבעת דעות פוליטיות, לעתים בנושאים שבעיניהם מובנים מאליהם, ועלולים לגלות במהרה שהבוסים הגדולים אינם שותפים לקונצנזוס הזה. מה שנראה טריוויאלי לישראלי, כמו הבעת דעה לגבי שחרור גלעד שליט, טיול לאזורים שנויים במחלוקת או הבעת דעה לגבי מוצר שיוצר ברמת הגולן או בשטחים, עלול לעורר בעיית תדמית בעיני המעסיק. וכדאי שהישראלים יביאו זאת בחשבון."

ניגוד אינטרסים עלול להיווצר גם בהקשר חברתי, ולא פוליטי. בקיץ שעבר, במסגרת המחאה החברתית, נפוצו ברשתות החברתיות קריאות להחרים מוצרים של חברות מסוימות. "מה היה קורה אם הנהלת חברה היתה מגלה שעובד שלה קרא לחרם על לקוח גדול שלה,?" תוהה להט. הסוגיה הזאת אינה רק נחלת הארץ, אלא עלתה גם בארה"ב. חברה שהעניקה שירותים ליצרנית המכוניות קרייזלר גילתה כי אחד מעובדיה פרסם ברשת חברתית אמירה מעליבה על העיר דטרויט, בירת תעשיית המכוניות של ארה"ב, המזוהה עם קרייזלר. כשנתגלה הדבר, העובד פוטר מיד - אף שקרייזלר כלל לא דרשה זאת. בנוסף לפיטורים מיהרה החברה להתנצל בפני קרייזלר ופרסמה גם הודעת התנצלות גורפת, ברשת החברתית, שהופנתה לכלל תושבי דטרויט.

רוצה לקבל את כל המבזקים של **צח מעריב לסלולרי שלך? לחץ כאן**