



יחידת לימוד מס' 3: הסיפור מאחורי הרעיון

שיעור 3: תקשורת בלתי-מילולית

בשיעור זה נמשיך לעבוד על שיטות ומיומנויות של פרזנטציה. הפעם נתמקד בתפקיד החיוני של תקשורת בלתי-מילולית בעת הצגת טיעונים ונאום שכנוע. תקשורת בלתי-מילולית כוללת את כל מה שהוא מעבר למילים המדוברות: שפת גוף, טון דיבור, הבעות פנים, מחוות ועוד. מרכיבים בלתי-מילוליים אלה יכולים להכריע בין הצגת טיעונים משכנעת לבין כזו חסרת מעוף.

במהלך שיעור זה התלמידים יחקרו אלמנטים אשר משפיעים על הצגת טיעוניהם כגון: עוצמת הטון, הקצב, והפסקות במהלך הדיבור. הם יתנסו בהצגת טיעונים בקבוצות וינסו לשכנע את חבריהם על ידי בניית נימוקים טובים ושימוש מיומן באלמנטים של תקשורת בלתי-מילולית.

מטרות:

1. התלמידים יכירו בחשיבותה של תקשורת בלתי-מילולית בהצגת טיעון
2. התלמידים יחקרו ויתרגלו מספר אלמנטים של תקשורת בלתי-מילולית
3. התלמידים יתרגלו בניית טיעון ותקשורת בלתי-מילולית באמצעות הכנה והצגת נאום שכנוע (פיץ')

משך זמן

90 דק'

גיל

כיתות ז'-י'

מושגים מרכזיים

תקשורת בלתי-מילולית, אלמנטים קוליים, שפת גוף והבעות פנים, טכניקות שכנוע, משוב והערכה בונה, חשיבה ביקורתית

כישורי יזמות

דמיון ויצירתיות, עבודת צוות, מיומנויות תקשורת

להכין מראש:

- להדפיס את דפי פעילות "האופן בו אומרים דברים" (נספח א'), "מוצרים חסרי תועלת לחלוטין" (נספח ב')



לוח זמנים:

עזרים	זמן	פעילות	
מצגת	10	מבוא לתקשורת בלתי-מילולית	
מצגת, נספח א'	30	האופן בו אומרים דברים	
מצגת, נספח ב'	50	מי צריך את זה בכלל?!	



מבוא לתקשורת בלתי-מילולית (10 דקות)

בשיעור זה נמשיך לחקור ולתרגל היבטים שונים של הצגת טיעונים ונאום שכנוע (נאום מעלית או Pitch). בשיעורים הקודמים למדנו מה צריך להיאמר במהלך הפרזנטציה, בשיעור זה נתמקד באופן בו יש לומר זאת. במילים אחרות, נדבר על תקשורת בלתי-מילולית. תקשורת בלתי-מילולית מתייחסת לאלמנטים של תקשורת שאינם מילים או משפטים, אף על פי שניתן להבין ולפרש את הדקויות שלהם, למשל:

- הבעות פנים
- קשר עין
- מחוות
- יציבה
- טון

תקשורת בלתי-מילולית ממלאת תפקיד חיוני בחיי היומיום שלנו. היא מרכיב מהותי באינטראקציה האנושית, שכן היא מסייעת להעביר רגשות, עמדות וכוונות מעבר למה שמילים לבדן יכולות לבטא.

תקשורת בלתי-מילולית חשובה מאד גם בהקשר של הצגת טיעונים ונאום שכנוע. היא משפיעה על האופן בו הפרזנטציה מתקבלת על ידי הקהל, וכוללת רכיבים שונים המשפיעים על האפקטיביות שלה. רכיבים אלה יכולים להשפיע באופן משמעותי על מידת מעורבות הקהל, הבנתו, והקשר הרגשי שנוצר בין הקהל לבין המציג, וכן עם המסר המוצג. לכן כאשר אנו מתכננים להציג טיעון, אין להזניח את התקשורת הבלתי-מילולית. למעשה, יש להקדיש לה תשומת לב רבה בדיוק כמו לזו שאנו מקדישים לבחירת תוכן הטיעונים שלנו.

האופן בו אומרים דברים (30 דקות)

1. הזכירו לתלמידים את המוצר שנועד לארגן אביזרים על ספה או מיטה, עליו דיברנו בשיעור הקודם. מוצר זה הצליח לגייס מימון באמצעות פלטפורמת Kickstarter.
2. הציגו לתלמידים מוצר נוסף שניסה לגייס בספים בפלטפורמה זו, אלא שהוא הצליח פחות: [ADcase](https://www.kickstarter.com/projects/adcase/adcase). הראו לתלמידים את הסרטון שאמנם מופיע רק באנגלית אבל אפשר להבין ממנו את המוצר ומאפייניו גם ללא

שליטה בשפה: <https://youtu.be/hLuddEMKRO0>



3. שאלו את התלמידים: מה אתם מבינים מהסרטון? מה עושה המוצר? מי קהל היעד שלו?
4. חלקו את התלמידים לזוגות ותנו לכל זוג עותק של דף העבודה (נספח א'). בהתאם להנחיות בדף העבודה, על התלמידים לקרוא את הטקסט ולהכין נאום שכנוע אשר מתבסס על הטיעון הכתוב בדף. בקשו מהתלמידים לעבוד **אך ורק על מרכיבים בלתי-מילוליים** שונים ולהדגים אותם במהלך ההצגה. עם סיום הכנת נאום השכנוע, תלמיד אחד מכל זוג יציג אותו בעוד בן זוגו מקשיב ונותן לו משוב לפי הקריטריונים שבדף העבודה. לאחר סיום ההצגה ועם קבלת המשוב, התלמידים יחליפו תפקידים כדי שגם בן הזוג השני יוכל לתרגל זאת.
5. אם יישאר זמן, בקשו מתלמיד אחד או שניים להציג את נאום השכנוע שלהם בפני הכיתה.

מי צריך את זה בכלל?! (50 דקות)

בפעילות זו התלמידים יכינו ויציגו נאום שכנוע עבור מוצרים שונים. הפעילות דומה לפעילות מהשיעור הקודם אך הפעם התלמידים יקבלו מוצרים דמיוניים שאינם קיימים (ואולי טוב שכך!...).

כפי שהתלמידים עומדים לגלות, ניסיון להציג מוצר מוזר כמו אלה שבפעילות זו עשוי להיות מאתגר מאוד. הדבר דורש כישורי חשיבה ביקורתית ויכולת טיעון טובה, לצד כישורי הצגה טובים כולל תקשורת בלתי-מילולית.

1. חלקו את הכיתה לשש קבוצות.
2. תנו לכל קבוצה תיאור קצר של מוצר מסוים (נספח ב'). כל המוצרים הם דמיוניים וחסרי תועלת לחלוטין.
3. כל קבוצה תקרא את תיאור המוצר שלה. לאחר מכן, חברי הקבוצה יערכו סיעור מוחות ויגבשו טיעונים שמדגישים את היתרונות של המוצר ואת הערך שהוא יספק לכל מי שירכוש אותו. לאחר כתיבת הטיעונים, התלמידים יכינו נאום שכנוע עבור המוצר, במטרה לשכנע לקוחות פוטנציאליים לרכוש אותו. על התלמידים לשים לב גם להיבטים של תקשורת בלתי-מילולית.

הנחו את התלמידים להכין את נאומי השכנוע שלהם בהתאם לקריטריונים הבאים:

- כל נאום שכנוע צריך להיות באורך של לא יותר **מדקה אחת**.
- נאומי השכנוע הם בעל פה בלבד, ואינם צריכים להיות מלווים במצגת או כל דבר אחר.



4. תלמיד אחד מכל קבוצה יציג את נאום השכנוע בפני כל הכיתה. שאר התלמידים ישמשו כלקוחות הפוטנציאליים, והתלמיד המציג צריך לנסות לשכנע אותם לרכוש את המוצר.

השתמשו בטיימר כדי לוודא שכל נאום שכנוע אינו עולה על דקה אחת. לפני תחילת ההצגות, אמרו לתלמידים שהכיתה תבצע הערכה לכל נאום. במהלך ההערכה, על התלמידים לשים לב לשני דברים:

- **יכולת שכנוע:** מטרת הנאום היא לשכנע את הקהל לפעול או להתעניין במוצר או בשירות המוצג. היכולת של המציג להדגיש את היתרונות הייחודיים של המוצר (הערך המוסף שלו) ולשכנע את הקהל בכך היא קריטית.
- **אופן ההצגה ותקשורת בלתי-מילולית:** האופן שבו המציג מעביר את נאום השכנוע משפיע בצורה משמעותית על האפקטיביות שלו. תקשורת בלתי-מילולית – הכוללת שפת גוף, טון דיבור וכישורי הצגה כלליים – יכולה להשפיע רבות על האופן שבו הקהל תופס את נאום השכנוע.

5. כל קבוצה תציג בתורה את נאום השכנוע שלה בפני שאר הכיתה.

6. לאחר כל נאום שכנוע, בקשו מהתלמידים להעריך אותו לפי הקריטריונים שהוזכרו לעיל. דונו עם התלמידים על דעותיהם השונות לגבי נאומי השכנוע, והדגישו את הנקודות החזקות בכל אחד מהם.



נספח א': פעילות "האופן בו אומרים דברים" (פעילות בזוגות)

המשימה שלכם היא להכין נאום שכנוע על המוצר ADcase שראיתם. הטקסט לנאום מוכן, ועליכם לקרוא אותו כפי שהוא, בלי אף שינוי. תשומת הלב שלכם צריכה להיות מופנית להיבטים של **תקשורת בלתי-מילולית** בהצגת נאום השכנוע שלכם. כאשר אתם מתכוננים, עקבו אחר הקריטריונים להערכה אשר מפורטים למטה.

הנחיות:

- יש לכם 5 דקות להתכונן להצגת נאום השכנוע. אתם יכולים לקרוא אותו מהטקסט הבא, אין צורך ללמוד אותו בע"פ.
- בכל זוג, בחרו מי יהיה הדובר הראשון. כאשר נאום השכנוע מוכן, על הדובר להציג את הנאום באופן המשכנע ביותר. התלמיד השני יקשיב בקפידה וימלא הערכה להצגה לפי הקריטריונים המפורטים. על המעריך לרשום הערות ולהיות מדויק בכל אחד מארבעת הקריטריונים.
- לאחר עשר דקות (הכנה + ביצוע הנאום), על כל זוג להחליף תפקידים ולבצע סבב חדש.

הטקסט לנאום השכנוע:

הכירו את ADcase – פתרון הבטיחות המהפכני עבור הטלפון הנייד שלכם. כמו כרית אוויר, אבל לטלפון. היפרדו לשלום מהסדקים במסך ומההוצאות הכספיות על תיקונים. ADcase מונע סדקים במסך ב-9 מתוך 10 נפילות. הוא זול, אמין, ושומר על הטלפון שלכם. תוכלו לחיות ללא דאגות עם ADcase. הגנו על הטלפון שלכם – החיבור שלכם לחיים, ותיהנו מחוויית משתמש נעימה במכשיר הנייד שלכם. אמצו את העתיד של הגנה לטלפונים: קנו ADcase היום ולעולם לא תדאגו שוב לטלפון שלכם. הטלפון שלכם ראוי לטוב ביותר, ו-ADcase מעניק בדיוק את זה. תודה.



קריטריונים להערכה:

- **טון דיבור:** העריכו את השינויים בטון הדיבור, ודאו שהוא מתאים לתוכן המועבר. חפשו טונים אמפתיים, דרמטיים, מרגיעים או טונים אחרים מתאימים המחזקים את המסר.
- **מהירות:** העריכו את קצב הדיבור של המציג, תוך שאיפה לקצב ממוצע שאינו מהיר מדיי ואינו איטי מדיי. שים לב לאופן שבו האטה מכוונת יכולה לסייע בהעברת המסר, ולהפוך את הנאום למרתק וליעיל יותר.
- **עוצמה (volume):** העריכו את עצמת הקול של המציג, תוך שאיפה לרמה ממוצעת שאינה חלשה מדיי ואינה רועשת מדיי. התבוננו כיצד שינויי עוצמה יכולים להדגיש בצורה אפקטיבית נקודות מסוימות במהלך העברת המסר.
- **השהייה:** שימו לב לשימוש האפקטיבי בשתיקות או בהשהיות במהלך הנאום. חפשו רגעים שבהם נעשה שימוש בהפסקות לצורך אפקט דרמטי, לאחר שיא, או ליציאת מתח, באופן שמוסיף עומק והשפעה למצגת.



נספח ב': פעילות "מי צריך את זה בכלל?!"

	המוצר: גרביים מחליפי צבע הגרביים מחליפים צבע בהתאם למצב הרוח של הלובר
	מטרייה סולארית מטרייה בעלת לוחות סולאריים שמייצרים אנרגיה לטעינת מכשירים אלקטרוניים קטנים תוך כדי מתן צל והגנה מפני גשם.
	סוחט משחת שיניים אוטומטי מכשיר שסוחט באופן אוטומטי את משחת השיניים על מברשת השיניים. מוצר זה מבטל את הצורך לסחוט את המשחה ידנית ומבטיח פיזור אחיד של המשחה על המברשת.



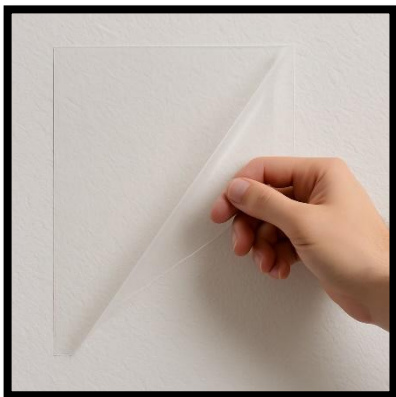
עציץ מדבר

עציץ בעל יכולת להקליט ולהשמיע קול, משמיע מסרים מעודדים או מרגיעים לצמחים.



מכונת עשן ניידת

מכשיר ידני שפולט עשן צבעוני, יוצר אווירת מסיבה מיידית או מוסיף נופך של מסתורין לכל סביבה.



טפט שקוף

טפט שהוא שקוף לחלוטין, מאפשר לראות את משטח הקיר שמתחתיו.