

הזדמנות של פעם בגליל | נבחרת הנרטיב של מצפינים

הגליל עומד היום ברגע נדיר חלון זמן קצר שבו אפשר לעצב מחדש את האופן בו מדינת ישראל רואה את האזור, ובעיקר איך בני הגליל רואים את עצמם. אחרי שנתיים בהם הצפון נשא על גבו את קו העימות, צמחה כאן תודעה אזרחית חדשה: קהילות שורשיות, בני גליל שבחרים להישאר, יזמות מקומית שמבקשת לפרוץ קדימה וסיפור משותף שמתחיל לקבל צורה. אבל כדי להפוך את זה ממומנטום להכרעה - צריך נרטיב. השנתיים האחרונות יצרו ואקום תודעתי שמחייב מילוי - אחרת נרטיב שלילי יעמיק. ללא התערבות יזומה, עקבית ומקצועית - הנרטיב הגלילי יתעצב מעצמו, ומסתמן שלא בהכרח לטובה. זהו חלון זמן נדיר שבו השקעה בתודעה קובעת מציאות לשנים קדימה: **שינוי שפה יוצר מנהיגות אחרת. שינוי תפיסה יוצר תנועה. שינוי תודעה יוצר עתיד.** ושלושתם יחד מייצרים שינוי דמוגרפי. כי הנרטיב שאנחנו בונים היום יהפוך לבחירה של אלפים מחר.

אנחנו זקוקים לסיפור פשוט, חזק ומדויק שמחליף את התודעה הצרכנית קורבנית ומחלשת שאפיינה את האזור במשך שנים, ומציב במקומה זהות של עוצמה, גאווה, בחירה ומשמעות. אנחנו אמנם קו עימות עם זאת - קו עם משמעות. הנבחרת של מצפינים מביאה מסגרת מקצועית שמסוגלת לייצר את השינוי הזה - מבפנים החוצה. נקודת מוצא חשובה: יש לנו עבודה רבה וארוכה... עלינו להניח שנתחיל לראות תוצאות ממשיות רק בתוך כמה שנים, כאשר פירות גבוהים יותר צפויים עוד עשור או שניים - נדרשת פה אמונה וסבלנות....

הנרטיב המוביל: הזדמנות של פעם בגליל

הזדמנות להיות שייך לקהילה, הזדמנות להקים בית, הזדמנות ליזום, לחדש, להוביל ולחיות חיים של משמעות. הסיפור החדש הוא ברור ואחיד ומדבר על גליל חזק וגאה שמתקדם מקו עימות לקו עם משמעות, מאזור מרוחק למוקד חדשני, קהילתי תיירותי ובעל משמעות לאומית. **הגליל הוא מעבדה ישראלית לחיים משותפים, לגיוון, לשותפות אזרחית ולציונות מודרנית.**

- נבחרת הנרטיב של מצפינים הוקמה כמסגרת אזרחית מתנדבת, שמובילה חשיבה ועשייה בתחום התודעה, הזהות והתקשורת של הגליל. הנבחרת מונה כ- 35 אנשי גליל וכוללת: יזמים מקומיים, מומחים לשיווק, מנהיגים אזרחיים עם ניסיון רב בהובלת פרויקטים חברתיים וכלכליים לצד יוצרי תוכן בינלאומיים אנשי מדיה וקריאייטיב - כולם עם הבנה עמוקה של האתגרים והפוטנציאל של הגליל.

מיקדנו שתי אוכלוסיות מטרות:

בני הגליל - כשגרירי המקום! מטרה: חיזוק תחושת השייכות, הגאווה והבחירה. החלוצים של העת הנוכחית מחקרי נרטיב וזהות קהילתית מראים באופן עקבי כי שינוי נרטיב משפיע ישירות על דרך שבה קהילה מדמינת את עתידה ואת מקומה בתוכו. על פי, Stanford Social Innovation Review (2020) נרטיב חיובי מעלה מעורבות אזרחית, מחזק יוזמה מקומית, תורם לחוסן חברתי ומגדיל את הנטייה של צעירים להישאר או לחזור לביתם.

קהל מתעניינים מבחוץ - התיישבות חדשה ואקטיבית בגליל, קהילת סטודנטים שמגיעים וצריכים לבחור להישאר + מבקרים ארעיים בתיירות, עסקים, משקיעים ועוד. מטרה: צמיחה דמוגרפית / צמיחה כלכלית מחקרים מראים כי מיתוג אזורי המבוסס על אותנטיות מקומית מגדיל יישוב האוכלוסייה הצעירה בשיעורים של 11%-17%, וכי נרטיב חיובי משפר באופן משמעותי את התדמית החיצונית של האזור ומוביל להגירה חיובית (Hatch, 2013 & Kavaratzis).

עקרונות העבודה:

אותנטי ומחובר למציאות
מסרים המשתלבים בתמונה רחבה וכנה של האזור,
זה קו עימות (שמתלקח לסירוגין) - אבל יש פה משמעות, משימה לאומית.
פעולות ממוקדות בעיצוב תודעה ונוכחות ציבורית רציפה.

לחידוד הנרטיב החדש יש לפעול בכמה מישורים:

- 1- **קריאטיב ומסרים** - הידוק וגיבוש מסר אחד 500 פעם (ולא 500 מסרים פעם אחת). סטוריטלינג, קמפינים, תוכן מותאם למגוון הקהלים, בני המקום כשגרירים.
- 2- **דוברות ויח"צ** - נוכחות רשת של המסרים, תגובות ופרואקטיבי (מובילי דעה, תקשורת מסורתית ודיגיטלית ועוד)
- 3- **קהילה ושטח** - להנכיח את המסרים פיזית בקרקע. פרויקטים נקודתיים וחיבור פיזי של רשויות, מנהיגות מקומית, מנהיגות עתידית, עסקים וקבוצות מקומיות (כדוגמת מצפינים 2050, MA עם חיפה ועוד).
- 4- **פדגוגיה** - תוכן עומק, ריטורטיים והובלת תהליכים עמוקים יותר (תוכניות קצרות, ארוכות / בבתי ספר/ביושבים ועוד).

בהליך שיתוף ציבור של מצפינים (מפגשים אישיים+ פלטפורמות רשת בקרב מאות בני גליל) נאספו המילים הבאות (הרחבה בתחתית המסמך):
קהילות שייכות משמעותיות, בית, האנשים, הילדות שלנו והילדים שלנו, רב תרבותיות,
בחירה, אידיאולוגיה, פטרוטיות צפונית, חיי משמעות, הזדמנות לאחריות,
צפרות, מרחבים ירוקים לא סינטיים, חקלאות כלכלית, יזמות
ציטוט שנגע בכולנו: "אתה לא צולח את האתגרים הגליליים כי יפה פה - אבל זה לא מזיק."

מחקרי גאווה מקומית ושייכות - Predictors of Retention

מראים באופן חד משמעי שקהילות בהן יש **גאווה מקומית ושייכות גבוהה** שומרות על תושבים גם מול סיכונים ביטחוניים/כלכליים. שייכות היא מנבא חזק יותר מהכנסה או מרחק תעסוקה. Sampson, R. (2012). *Great American City: Chicago and the Enduring Neighborhood Effect*.

תשואה ציבורית מדידה

עלייה בשיעור המתעניינים במעבר לגליל.
עלייה בביטחון האזרחי (מדדי תפיסת ביטחון).
ירידה בנטישה של צעירים.
עלייה בהשתתפות יישובים בפעילות אזרחית.
שיתופי פעולה אזרחיים מתוך ראיית המרחב המשותף כמנוף למרחב המקומי.

סל היוזמות:

- הרעיונות המצורפים גובשו ע"י נבחרת הנרטיב של מצפינים (רעיונות עלו בתהליכי שיתוף ציבור שכללו מאות בני גליל). היוזמות מחברות בין תודעה ציבורית לבין עשייה מקומית חיה והן עברו את המסננת הבאה:
- 1- **שינוי שפה!** הכשרת מנהיגות פורמלית ובלתי פורמלית, מתנדבים וסוכני שינוי
 - מחקרי פסיכולוגיה קהילתית מראים כי תחושת שייכות היא גורם חוסן מרכזי, מפחיתה חרדה, משפרת איכות חיים ומהווה מנבא משמעותי להחלטה להישאר במקום גם בתנאי סיכון (Deci & Ryan)
 - 2- **שינוי תפיסה!** אירועי נרטיב מעוררי השראה
 - מכלול מחקרים מבהיר: נרטיב מקומי אינו אסתטיקה - הוא תשתית של חוסן, יציבות וצמיחה דמוגרפית.
 - 3- **שינוי תודעה!** מיתוג עומק מתמשך ברשויות ובמערכת החינוך
 - דוחות של UNESCO וה-OECD מצביעים על כך שחינוך המעוגן בזהות מקומית מגביר מוטיבציה ללמידה, מחזק תחושת משמעות ומייצר יציבות יישובית לטווח ארוך - במיוחד באזורים כפריים וגבוליים. (OECD, 2019)

1- שינוי שפה! הכשרת מנהיגות פורמלית ובלתי פורמלית, מתנדבים וסוכני שינוי

מיקוד: עוצמה, שליחות, שייכות, אזוריות

תוכניות פרויקטים ורעיונות:

- **קול מקומי בצפון** - נבחרים ונבחרות ציבור בערים ובמועצות האזוריות בצפון, מתכנסים כדי ללמוד הלכה למעשה איך לחזק ולהצמיח את הקהילות והישובים בגבול הצפון, דרך כלים מגוונים כולם סביב שפה חדשה ונרטיב מתחדש. 20 משתתפים במחזור, 4 מפגשים. תוכנית בשיתוף מרכזים לצדק חברתי (פרויקט בהשקה).
- **MA דמוקרטיה בגליל - אוניברסיטת חיפה** – 24 בני גליל במסלול תואר שני בנושא דמוקרטיה מקומית. פרקטיקום/מעבדת שטח בקו עימות, מסע למידה לטובת עיצוב מענים לאתגרים מקומיים ושינוי נרטיב מקומי (פרויקט בביצוע).
- **מטה צעירים מצפונים** - שימור אוכלוסייה צעירה, דרך קהילת שייכות ויצירת 'שגרירי גליל' בכל ישוב! המטרה: להפוך אותם לשותפים מלאים בעיצוב העתיד הגלילי: יזמות, השפעה, קהילה והובלה אזרחית. המטה מפעיל מסעות עומק, מענקי יוזמה, ליווי אישי ותוכניות הכשרה- ומגבש קהילת מנהיגות צעירה שמשנה את האזור מבפנים. (פרויקט בביצוע).
- **נבחרת המובילים 20-35** - קבוצת עילית אזורית של צעירות וצעירים המזוהים כבעלי פוטנציאל השפעה גבוה. הנבחרת עוברת תהליך ייחודי של פיתוח מנהיגות, חשיפה אזורית, הכשרות בתודעה ונרטיב, ומעבדות עשייה בשטח. מחזקים את הנרטיב הגלילי מבפנים ומושכים צעירים נוספים מתוך סיפור של משמעות, שליחות ושייכות. (פרויקט בהשקה).
- **מצפנים ישראל 2050** - תכנית מזרזת בשפה מעצימה ושינוי מציאות דרך מדיניות ציבורית וייצוגיות במרחבי קבלת החלטות. 30 צעירים בני גליל במחזור, 3 חודשי הכשרה - בשיתוף עם תנועה ישראלית. המטרה: צעירים שיוודעים לדבר את הנרטיב הגלילי, לייצג את האזור מול המדינה, להשפיע על מדיניות ולמלא תפקידי מפתח בעתיד. (קבוצה אחת סיימה / קבוצה שנייה בהשקה).
- **אחרי טק** - תכנית אזורית להכשרת 30-50 נוער לעולמות ההייטק - תפיסת צמיחה מתוך הגליל וחזרה לגליל, בשיתוף אגודת בוגרי 8200 ועמותת "אחרי" (קבוצה אחת סיימה / קבוצה שנייה בהשקה).
- **הנבחרים של מחר** - תהליכי איתור של צעירים שהם פוטנציאל המנהיגות הנבחרת העתידית של האזור, והכשרה נקודתית של עד 100 צעירים וצעירות- בדגש מובהק על תפיסות אזוריות, נרטיב ושפה מעצימה. (פרויקט בתכנון פדגוגי).

2- שינוי תפיסה! אירועי נרטיב מעוררי השראה: אירוע מתגלגל חגליל (שם זמני):

מיקוד: תחושות, הרגשות, ויזואליה

השיטה: חיבור בין אירוע מיתוג אזורי ובין אירועי תוכן מתגלגלים שמכוונים למשיכת אוכלוסייה חדשה במקביל להטמעת סיפור מאחד ומשמעותי במרחב הגלילי.

אירוע אזורי ענק: חגליל (סמוך ליום קרב תל חי- כנקודת פתיחה לנרטיב מחודש)

אירועים נרטיביים תומכים:

- מציצים למצפנים- ראיונות עומק עם בעלי עסקים שחיים בגליל מתוך בחירה, לצד הצגת הסיפור שמאחורי עגלות הקפה, היין והמסעדות החדשות. לבנות את זה הפוך על הפוך כי אנשים לא צורכים חדשות טובות. סרטונים קצרים סביב סיטואציות חיים אמיתיות בצפון (אין חכם כבעל שבוע ניסיון)
- בואו לקפה – 50 משפחות גיליות מארחות 50 משפחות מהמרכז לחלון הצצה לחיי הגליל.
- בואו לישון אצלי – אירוח לילה עם תכנית חיבורים.
- משיהו לחיות איתו – אוטובוסים של רווקים ורווקות שמחפשים זוגיות בגליל.
- תצפין תבין- חוויה מעשית בגליל דרך הרגליים, הקרקע והמפגש האנושי. מחנה אימונים צפוני. ריטריט סוכני שינוי - שהות והשתלבות של משפיענים בשטח.

- 'האם אני מספיק חזק לצפון?' - שאלון דיגיטלי קליל וממותג שדרכו המשתמשים בודקים התאמה לחיים בגליל. כלי שיווקי שמעודד סקרנות עצמית ומעביר ידע חווייתי.

מונימונטים שיווקיים: הפיכת אתרי לחימה ותשתיות ביטחוניות לסמלים ויזואליים שמושכים תשומת לב. מטרת העל: להפוך כאב למסר, וליצור זהות מקומית גאה.

מתאבלים בצפון – סדרת רשת ויראלית וחוייתית (מסמך פרויקט רחב זמין)

3- שינוי תודעה! מיתוג עומק מתמשך ברשויות ובמערכת החינוך

מיקוד: מיקוד: עומק, תהליכיות, יסודות, תחושות, הרגשות, בחירות תהליכי זהות קהילתיים מצריכים זמן, שהות, עקביות ועבודה דינאמית. המחויבות של המנהיגות והקהילה לתהליך מצריכה משאבי פניות, מחויבות ומשאבי כסף. דרך תרבות נוכל לקיים מפגשים לקהלים גדולים עם המסרים של מצפינים. יותר פשוט להכניס מסרים דרך מחויבות נמוכה לצד כיף וערך מוסף.

- **בית בגליל** – תכנית לימודים רב גילאית לעיצוב נרטיב גלילי חדש. תשלב עבר-הווה-עתיד, תוטמע ממסגרות יסוד ועד אקדמיה. תלווה במפגשים עם סוכני שינוי מקומיים. השאיפה: בשיתוף משרד החינוך, הסתדרות המורים ותנועות הנוער (פיילוט בהשקה).
- **מסע צפון** – צוות חינוכי מהשורה הראשונה לבנייה מחודש של מסע תלמידים לצפון הארץ.
- **הרחבת תוכנית רקפות בקו עימות - מגמה למנהיגות חינוכית (5 יחידות בגרות)** - בכל בתי הספר בקו עימות, כולל עדכון סילבוס לעיסוק בחינוך לאיתנות, נרטיב של עוצמה ושייכות ושינוי חברתי - בשיתוף עם מועצת ארגוני הנוער ובליווי אקדמי של תל חי/ בית ברל / אורנים.
- **מיתוג גליל:** מודל סיפור רשותי. ליווי רשויות בתהליך גיבוש סיפור רשותי/ישובי - בני גליל מקצועיים (אנשי מקצוע מתחום השיווק התודעה והנרטיב) - הם שסייעו לבני גליל לבנות את הסיפור של הגליל.
- קיט פעולה - תפריט מודולרי - מוצר מדף (ממש משחק שולחן/אליאס גלילי/קלפים וכזה)
- התאמה לשטח: שפה שיווקית המאפשרת עבודה גם מול מועצות שמחזיקות יכולות פנימיות. סמנטיקה של שיווק גלילי מוקפד.
- כל השפה הסמנטית סביב הזדמנות- יש לך הזדמנות, יש לכם הזדמנות...
- תוצר סופי שאנשי המקום מגבשים- מוחשי כלשהו שניתן להפצה ברשתות (כולל פלטפורמה לשיתוף התוצרים וריכוזם)
- תוצר אפשרי: גלריית סיפורים. אוסף נרטיבים יישוביים שמרכיבים יחד שער כניסה חיובי לשוב ולקו העימות. הצגת רשות איתנה – לא רק קו של סכנה אלא קו של חיים ומשמעות. רעיון נוסף: **הפקת חולצה עם הסלוג הנבחר ליישוב**

לסיכום:

הגליל של אחרי המלחמה מבקש לא רק שיקום - אלא סיפור מחודש של חיים, משמעות ושייכות. נבחרת הנרטיב של מצפינים מציגה כאן מהלך שאינו קמפיין, אלא **תשתית זהות אזרחית חדשה**: שינוי שפה, שינוי תפיסה ושינוי תודעה. זוהי השקעה שאינה תקציב לתקשורת, אלא השקעה ביכולת של גליל שלם להגדיר את עצמו מחדש וליצור תנופה דמוגרפית, כלכלית וחברתית שישפיעו על מדינת ישראל כולה. בני המקום מראים יום-יום שיש כאן סיפור ששווה לחיות אותו. רק קואליציה של שחקנים משמעותיים תוכל להפוך את הסיפור הזה לבחירה של אלפים, ולבסס בגליל קו חדש: לא קו עימות, אלא **קו של חיים, יצירה ועתיד**.

מה נראה ב2050 (כאמור, פירות גבוהים לוקחים זמן כשמדובר בשינוי תודעה):

בני גליל הם שגרירי הגליל - בעלי גאווה גלילית המבטאת את שאיפתם להקים בית ומשפחה בגליל. הבחירה בחיים בגליל בנויה על חיבור שורשי עמוק ועל הרצון להיות מעורב בעתיד הגליל ובפיתוח הקהילות שבו.

מתעניינים חיצוניים - עוברים לחיות בגליל מתוך בחירה ומתוך אמונה כי הגליל הוא המקום הטוב והמתאים ביותר עבורם. אלו מאמצים את הנרטיב הגלילי והופכים בעצמם לאורך זמן להיות שגרירים של הגליל.

התקציב השנתי הראשוני הנדרש: מוערך בכ-8,060,000 ש"ח

הוא כולל את כלל רכיבי ההפעלה הנדרשים ליצירת נוכחות ציבורית רחבה, השפעה תקשורתית, ותמיכה בתהליכי עומק קהילתיים.

צוות מוביל / דוברות אזורית ממוקדת משימת נרטיב (500,000 ש"ח),
 חגליל - הפקת התוכן והקריאייטיב והביצוע (2,300,000 ש"ח),
 יחסי הציבור והדיגיטל (1,250,000 ש"ח),
 ריטריטים וסדנאות עומק (1,500,000 ש"ח),
 אירועים ותשתיות שטח (1,500,000 ש"ח),
 ניהול, פיתוח והטמעת תוכניות בית ספריות הבית בגליל/רקפות (1,150,000 ש"ח),
 תשתית הניהול, התאום והמעקב המקצועי (360,000 ש"ח).

תקציב זה מהווה בסיס להפעלת מערך משולב של תוכן, קהילה, תקשורת וזהות - כחלק מבניית נרטיב גלילי חזק, מחובר ומשפיע.

לסיום, להלן אסופת אמירות מתוך סקרים של מצפינים - לגבי הנרטיב האישי החיובי של אנשי גליל:

- זה הקהילות העוצמתיות, הקהילתיות, הערבות ההדדית, השייכות
- גלילי זה להיות חלק - מקהילה, ממסורת, היסטוריה, ציונות, אדמה, טבע, מסיפור ישראלי / אם לא אני - אז מי? אני כאן מתוך ציונות לא מתנצלת, מתוך גאווה, כחלק מנבחרת
- מרחב של יזמות חדשנות הזדמנויות / קרקע פוריה ליוזמות
- הזדמנות 'להקים בית'
- זו מחויבות בין דורית, שליחות... גאוות יחידה, נבחרת
- אף אחד לא יזיז אותנו
- אני תופסת קו אזורי, זה גורם לי להרגיש משמעותית ומגדיר את האדם הערכי שאני שואפת להיות באופן חד וברור.
- ברור לי שאם אני עוזבת הגבול באיתי.
- הבחירה בצפון היא גנרטור של חוסן ואיתנות, בבחירה שלי כמשפחה צעירה להישאר הילדים שלי משפיעים על המבוגרים יותר וממלאים אותם חיים
- אנחנו חיים במקום שאחרים באים אליו לנופש
- החיים בגליל בריאים, מאוזנים, להתרחק מהמירוץ היומיומי, מהפקקים, מהלחץ. יש פה שלוה וקצב אחר.
- רואים אותי
- ילדות מחוברת טבע ומרחב
- זה הבית, זה מרכיב זהותי שמגדיר אותנו
- אנחנו בוני הארץ, זו משימה לאומית עם איכות חיים