



**Digital
Citizenship**

**Curs de
Prezență Online și
Comunicare**



Lecturi | Exerciții | Studii de caz | Chestionare



Erasmus+



**ATHENS
LIFELONG
LEARNING
INSTITUTE**

4 TEAM 4
excellence



**SEAL
CYPRUS**

Parteneriat strategic pentru dezvoltarea de resurse educaționale deschise pentru predarea cetățeniei digitale

2019-3-RO01-KA205-078053

DIGCIT

D12 - Curs de cetățenie digitală "Prezență Online și Comunicare"

Revizuire: v.1.1

Rezultat intelectual	IO2 - Materiale educaționale pentru cetățenia digitală
Activitate	Dezvoltarea curriculumului de curs
Responsabil	Sustainable Education Active Learning – SEAL CYPRUS
Termen limită	15 martie 2021
Autori	Sofronis THEMISTOCLEOUS
Abstract	<p>Modulul "Prezență online și comunicare" se referă la competențele legate de comunicarea online și interacțiunea cu alte persoane prin intermediul spațiilor sociale virtuale. Din ce în ce mai mulți oameni își petrec o parte tot mai mare din viață online din mai multe motive care depășesc sfera muncii și a divertismentului.</p> <p>Menținerea unei prezențe online active devine, pe rând, din ce în ce mai importantă atât în ceea ce privește viața profesională, cât și cea personală. A ști cum să comunic și cum să abordezi problemele legate de profilul virtual, precum și de imagine, este una dintre principalele competențe digitale pe care oamenii, în special tinerii, ar trebui să le stăpânească.</p>
Cuvinte cheie	Model de curs; cetățenie digitală; plan de curs; prezență online; comunicare; verbal și non-verbal; prezență vizuală și non-vizuală; bunele maniere digitale; masterplan; siguranță; educație; reflecție; gândire reflexivă; exerciții

Recunoaștere

Această lucrare a beneficiat de finanțare din partea Comisiei Europene în cadrul Acordului de Grant 2019-3-RO01-KA205-078053, proiectul de parteneriat strategic ERASMUS+ "Parteneriat strategic pentru dezvoltarea resurselor educaționale deschise pentru predarea cetățeniei digitale - DIGCIT".

Disclaimer

Sprijinul acordat de Comisia Europeană pentru realizarea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia nu poate fi considerată responsabilă pentru orice utilizare care ar putea fi dată informațiilor conținute în această publicație.

Drepturi de autor

© 2020 - 2022 Consorțiul DIGCIT

Licența **Atribuire CC BY** permite altora să distribuie, să remixeze, să adapteze și să construiască pe baza operei dvs., chiar și în scopuri comerciale, atâta timp cât vă dau credit pentru creația originală. Aceasta este cea mai permisivă dintre licențele oferite. Recomandată pentru o diseminare și utilizare maximă a materialelor licențiate.



Erasmus+



ATHENS
LIFELONG
LEARNING
INSTITUTE

4 TEAM 4
excellence



SEAL
CYPRUS

Cuprins

Introducere	6
1. Modul 1 - Introducere în prezența online.....	7
Ce este prezența online	7
Prin ce se deosebește de prezența fizică	8
Cum se combină prezența online și prezența fizică.....	8
De ce este importantă prezența online	9
Studiu de caz - Ceea ce spui poate fi și va fi folosit împotriva ta.....	10
De ce sunt importante abilitățile de prezență online	11
Exercițiul 1: În locul celuilalt	11
2. Modulul 2 - Introducere în comunicare	13
Comunicarea verbală	13
Comunicarea nonverbală.....	14
Comunicarea scrisă	15
Studiu de caz – Ți se citește pe chip.....	16
De ce este comunicarea importantă.....	16
Exercițiul 2: Limbajul universal	16
3. Modulul 3 - Prezența online și comunicarea	18
Legătura dintre celor două	18
Cum afectează comunicarea prezența online și viceversa	19
Studiu de caz - Propagandă și relații publice	20
De ce sunt importante comunicarea și prezența online.....	20
Exercițiul 3: Un masterplan în lucru 1/3	21
4. Modulul 4 - Optimizarea prezenței online și a comunicării.....	23
Cele mai bune practici de optimizare a prezenței online și comunicării	23
Prezența vizuală	25
Prezența non vizuală.....	27
Studiu de caz - 10 cazuri bine-cunoscute de lipsă de comunicare	27
De ce ar trebui să optimizezi e-prezența și comunicarea	28
Exercițiul 4: Un masterplan în lucru 2/3	28
5. Modulul 5 - Siguranța prezenței online și a comunicării	30
Cum să rămâi etic online.....	30
Bunele maniere digitale.....	31
Recursuri în cazul unui comportament neetic și necorespunzător	32
Studiu de caz - Cyberbullying în America.....	32



De ce este importantă siguranța prezenței online și a comunicării	32
Exercițiul 5: Un masterplan în lucru 3/3	33
6. Teste de evaluare	35
7. Bibliografie	39
Anexe	41
Fișe de verificare a testelor de evaluare	41
Lista de verificare a designului instrucțional pentru lucrătorii de tineret	42
Feedback pe subiect pentru tineri	43



Introducere

Modulul "Prezență online și comunicare" este foarte important. Acesta se referă la competențele legate de comunicarea online și interacțiunea cu ceilalți prin intermediul spațiilor sociale virtuale.

Din ce în ce mai mulți oameni își petrec o mare parte din viață online din multe motive care depășesc sfera muncii și a divertismentului. Menținerea unei prezențe online active devine, pe rând, din ce în ce mai importantă atât în ceea ce privește munca, cât și viața personală. A ști cum să comunici și cum să abordezi problemele legate de profilul virtual, precum și de imagine, se numără printre cele mai importante eSkill-uri pe care oamenii, în special tinerii, ar trebui să le stăpânească.

Manualul educațional privind cetățenia digitală al Consiliului Europei definește prezența online:

"... modul în care îți menții prezența online și se extinde la calitățile tale personale și interpersonale care te ghidează în menținerea reputației și identității tale digitale. Amploarea și calitatea prezenței dvs. online pot fi găsite printr-o căutare online folosind numele dvs. sau alte informații de identificare personală. În funcție de tipul de comunicare în care v-ați implicat, prezența dvs. electronică poate fi negativă sau pozitivă și, în funcție de abilitățile dvs. sociale și cognitive de a vă construi reputația digitală, acest lucru vă poate stimula sau împiedica, de asemenea, prezența electronică."

De asemenea, în acest context, comunicarea este definită ca:

"... interacțiuni, idei, imagini, videoclipuri și informații pe care le împărtășești cu alții prin intermediul spațiilor sociale virtuale. Evident, comunicările pot fi atât offline, cât și online, iar comunicările online se pot revărsa asupra celor offline și viceversa..."

Luată împreună, prezența online și comunicarea sunt efectiv două părți care formează un întreg. Una o va afecta pe cealaltă și viceversa, deoarece, în funcție de stilul de comunicare pe care îl utilizați, e-prezența dvs. va fi privită într-o anumită lumină, în timp ce modul în care aspirați să fiți privit va afecta modul în care alegeți să comunicați. Acest lucru este foarte important, deoarece combinarea celor două va însemna persoana online sau un fel de avatar, care nu este întotdeauna aceeași cu persoana fizică.

Ca atare, cursul va transmite participanților acele abilități necesare pentru a îndeplini această competență. Acesta îi va învăța pe cursanți cum să își optimizeze prezența electronică, îmbunătățind în același timp competențele generale de comunicare. De asemenea, va instrui cursanții cu privire la modul de abordare strategică a e-prezenței și a comunicării și le va insufla un sentiment de moralitate netă, asigurându-se în același timp că pot rămâne în siguranță atunci când își folosesc personajele din mediul online. Cu toate acestea, rezultatele cursului nu se limitează doar la lumea digitală.

Aceste competențe au, de asemenea, numeroase efecte pozitive în lumea lor fizică. Astfel, elevii vor fi mai apti să abordeze situațiile din viața reală, fiind mai capabili să răspundă și să comunice sensul lor. În plus, ei vor putea să îndeplinească sarcinile zilnice aferente mai eficient, utilizând cele mai bune practici învățate prin acest curs și transpunându-le în lumea fizică.

Folosind cunoștințele obținute în cadrul acestui curs, cursanții vor învăța cum să rămână în siguranță online și să își maximizeze rezultatele prezenței online prin optimizarea și utilizarea tehnicilor și strategiilor de comunicare. Toate modulele urmează același stil. Acest lucru permite o familiarizare a cursanților. Se adoptă o pedagogie centrată pe cursant, în care studenții folosesc o combinație de



cunoștințe anterioare și experiențe noi pentru a dezvolta noi competențe pe care le aplică în exemple din lumea reală și în situații personale.

1. Modul 1 - Introducere în prezența online



Snapshot

Rezumat: Această temă se referă la elementele fundamentale ale prezenței online ca și concept general. Sunt abordate aspecte precum: ce este prezența online, de ce este importantă, precum și explorarea efectului acesteia asupra lumii fizice și viceversa. Cursanții sunt îndrumați să înțeleagă faptul că a avea o prezență electronică este inevitabil.

Principalele concluzii:

- Înțelegerea prezenței online
- Înțelegerea efectelor prezenței online în lumea fizică

Ce este prezența online

Termenul trebuie înțeles atât în abstract, cât și în specific. În primul rând, acesta înseamnă modul în care, în general, lumea digitală te vede și cum te vezi tu. Se spune că există un decalaj de imagine dacă cele două nu se aliniază. Totuși, acesta este un aspect pe care îl vom aborda mai târziu.

În mod specific, prezența online presupune tot conținutul online legat de tine. Aceasta nu înseamnă neapărat conținut încărcat, postat și așa mai departe doar de către tine. Înseamnă, de asemenea, conținutul pe care îl urmărești, îl partajezi sau din care faci parte în orice fel. Despre conceptul de amprentă digitală este vorba aici. În cadrul acestei noțiuni, prezența online presupune orice legătură posibilă cu tine, și variază de la ceva ce ai creat și postat până la chiar ceva ce pur și simplu ai vizualizat.

Acest lucru este valabil deoarece prezența online înseamnă lucruri diferite pentru diferiți cetățeni digitali. Să luăm două exemple, cel al unui prieten apropiat și cel al comercianților online.

În ceea ce-i privește pe prietenii tăi, aceștia se vor interesa, de obicei, doar de lucrurile pe care le-ai postat și, într-o mai mică măsură, de conținutul pe care l-ai partajat. Prezența ta pentru ei va fi destul de mult limitată, de obicei, doar la acestea. Ei le vor combina cu lucrurile pe care le știi deja despre tine, inclusiv interacțiunile digitale și fizice. Prezența ta va fi definită de o sinteză a acestor elemente, interacțiunile tale digitale cu ei având o pondere mai mică decât cele fizice.

Cu toate acestea, pentru comercianții online, va fi necesară o analiză completă a amprentei digitale. Aceștia s-ar putea uita la ceea ce ai postat și împărtășit, dar și la paginile pe care le-ai vizitat și la

durata vizitei acolo. De asemenea, se vor uita la achizițiile tale recente și vor extinde acest lucru la prietenii tăi și în cercul social general. Acest lucru se întâmplă pentru că doresc să stabilească o imagine cât mai exactă despre tine ca și consumator. Acest lucru va ajuta la adaptarea mesajului și a ofertelor lor pentru tine.

Bineînțeles, acest lucru se face, cel puțin în cazul comercianților care respectă legea, într-un mod anonimizat. Ceea ce înseamnă că un algoritm accesează date de pe toate site-urile disponibile conectate la contul tău conform avizului de confidențialitate și a setărilor privind cookie-urile din contul respectiv. Acesta este motivul pentru care este important să citești literele mici din acele acorduri de utilizator. În orice caz, așa cum am spus, procesul este anonimizat, iar software-ul trimite același mesaj și aceleași oferte persoanelor care se încadrează într-un anumit interval de caracteristici.

Prin ce se deosebește de prezența fizică

Lumea digitală este destul de nouă pentru noi toți. Internetul în sine, într-o formă foarte brută și necunoscută pentru standardele de astăzi, a fost inventat abia în anii 1960, spre deosebire de lumea fizică, în ceea ce privește societățile moderne, care există de mai bine de un mileniu. Ca atare, regulile și netiquette sunt încă în curs de formare și au fost stabilite foarte puține standarde stricte și universale, spre deosebire de lumea fizică.

Acest lucru înseamnă că, spre deosebire de societățile consacrate, societatea internetului este încă în curs de formare. Lucrurile care au fost în regulă astăzi ar putea să nu mai fie în regulă peste o lună. Acest lucru a fost observat odată cu introducerea, de exemplu, a diferitelor reglementări privind protecția datelor, cum ar fi GDPR al Uniunii Europene.

Aceasta înseamnă că societățile fizice au avut nevoie de secole pentru a evolua. În acest fel, au avut mult timp să se adapteze la mediul înconjurător și să formeze toate acele numeroase norme care le sunt acum inerente. Acestea pot varia de la modul în care îți mănânci mâncarea până la momentul în care ar trebui și dacă ar trebui să te căsătorești.

Cu toate acestea, lumea digitală este încă nouă. Mai mult decât atât, ea nu se limitează la o locație geospațială, ci cuprinde cu adevărat conceptul de globalizare în forma sa cea mai extremă. Cetățenia digitală nu se limitează la o singură țară sau la o localitate din cadrul acesteia și, ca atare, cultura predominantă este cea a lumii în ansamblu, într-o sumă agregată foarte aproximativă. Ca atare, normele sunt mult mai greu de stabilit și foarte ușor de schimbat.

Deși știi cum să exiști în lumea fizică, s-ar putea să îți lipsească abilitățile necesare pentru cea digitală. În esență, a fi un cetățean digital cu prezența online asociată înseamnă a fi un cetățean al lumii digitale. Nimic nu rămâne constant aici, iar întâlnirea cu oameni cu o cultură diferită a lumii fizice este un eveniment cotidian. Pe lângă aceasta și în funcție de platforme, prezența ta online, spre deosebire de prezența ta digitală, poate că s-ar putea să nu se limiteze la o singură persoană sau avatar.

Cum se combină prezența online și prezența fizică

Cele două, prezența fizică și prezența digitală, sunt foarte legate între ele. Deși li se aplică reguli diferite, după cum s-a discutat mai sus, s-ar putea spune, în mod paradoxal, că sunt pe cât de asemănătoare, pe atât de diferite, iar acțiunile în cadrul uneia dintre ele pot foarte bine determina reacții în cadrul celeilalte.



De exemplu, reclamele pe care le vedeți online ar putea duce la o achiziție în lumea fizică. Și invers este adevărat. Jucarea unui joc video online și adoptarea unui anumit model de comportament al unui personaj în cadrul regulilor stabilite pentru acel joc ar putea duce la schimbări de caracter în lumea reală. Mai mult decât aceste concepte, cum ar fi cyberbullying-ul și trolling-ul, vin în lumina reflectoarelor în lumea fizică, care revine cu diverse campanii care limitează aceste comportamente și oferă în mod constant orientări pentru a le înțelege și a le aborda.

Se spune bine că ce este acolo, rămâne acolo. O fotografie jenantă pe care tu sau prietenii tăi ați încărcat-o cu zeci de ani în urmă s-ar putea întoarce și te-ar putea bântui. Un upload, cum ar fi un comentariu, ar putea fi primit în mod greșit, ceea ce ar putea duce chiar la concedierea ta.

Lumea digitală oferă un sentiment de libertate, de libertate de a fi cine alegi să fii, dar aceasta nu este gratuită. Ar trebui să te străduiești întotdeauna să ai cât mai mult posibil un geamăn digital identic și nu invers. Motivul pentru acest lucru este simplu. Lumea digitală face parte din lumea fizică și nu invers. Până la urmă, trăim în lumea fizică ale cărei reguli și norme le înlocuiesc pe cele din cea digitală, iar consecințele vor fi mult mai severe în cea fizică. Nu subestima niciodată efectul pe care îl poate avea persoana ta digitală asupra persoanei fizice și a lumii din jurul tău.

Ca atare, subiectul îi va ajuta pe cursanți să înțeleagă aceste elemente fundamentale. Mai mult decât atât, îi va ajuta să înțeleagă că prezența online și prezența fizică merg mână în mână.

De ce este importantă prezența online

În medie, la nivel global¹, oamenii petrec 2,12 ore pe zi numai pe rețelele de socializare. În Europa, media este puțin mai mare, ajungând la 2,5 ore pe zi, unele țări petrecând mai mult, iar altele mai puțin timp online. Tendința este ca timpul petrecut online și în activități legate de ecran să crească în viitorul apropiat.

Ca atare, lumea digitală devine din ce în ce mai importantă. Odată cu aceasta, cine suntem online și cum percepem acest lucru devine din ce în ce mai crucial pentru funcționarea noastră în lumea fizică. Observați cum evităm să folosim aici termenul de lume reală.

Acest lucru se întâmplă deoarece lumea digitală a devenit la fel de reală ca și lumea fizică pe care o ocupăm. După cum s-a spus, cele două interacționează una cu cealaltă, luptând pentru a găsi un echilibru de lucru și ambele pot afecta nu numai construirea și menținerea unui tip adecvat de relații și echilibre sociale cu alte persoane care împărtășesc acest mediu digital, ci și lucruri precum ocuparea forței de muncă, educația, cariera, sănătatea, calmul și, în general, fiecare aspect al vieții.

De exemplu, dacă ai postările potrivite pe contul tău de social media, ai putea obține un loc de muncă. Majoritatea angajatorilor din ziua de azi ar putea petrece 5-10 minute în plus pentru a examina un potențial candidat sau pentru a ține sub observație angajații existenți. Pe baza unei cercetări efectuate de Career Builders², aproximativ 70% dintre angajatori verifică conținutul de social media ale potențialilor angajați, în timp ce alți 58% fac acest lucru cu angajații existenți. Un procent de 34% dintre cei intervievați au recunoscut că au mustrat sau concediat un angajat pe baza conținutului găsit în conținutul lor online.

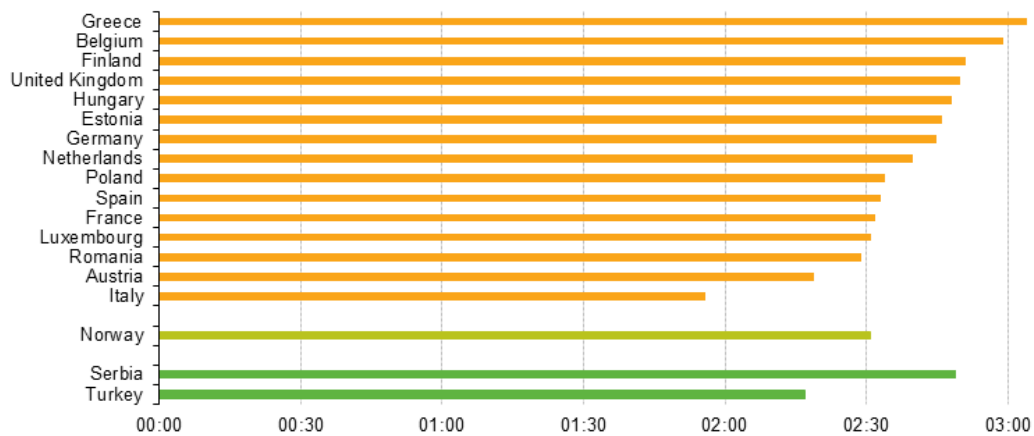
¹ <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>

² <https://www.prnewswire.com/news-releases/more-than-half-of-employers-have-found-content-on-social-media-that-caused-them-not-to-hire-a-candidate-according-to-recent-careerbuilder-survey-300694437.html>



Acesta este doar un exemplu al modului în care prezența online poate avea efecte foarte reale în lumea fizică. Prietenii pot fi pierdute și trăsăturile personale pot fi modificate pe măsură ce granițele dintre cele două lumi se apropie pentru a forma noul concept de realitate. Având în vedere acest lucru, devine esențial să îți dezvoltți tipul potrivit de competențe de prezență online care să însoțească cetățenia digitală în acest mediu nou și în continuă schimbare, pentru a-ți limita expunerea la riscurile inerente acestuia.

Time spent watching TV or other media, playing computer games and similar screen activities outside work (hh:mm)



ec.europa.eu/eurostat

Studiu de caz - Ceea ce spui poate fi și va fi folosit împotriva ta



Doi adolescenți britanici au fost arestați și li s-a refuzat intrarea în SUA, fiind suspectați de activități teroriste. Cu câteva zile înainte de a călători în SUA, cei doi au postat pe contul lor de socializare că intenționează să distrugă America. La sosirea la aeroport, cei doi au fost reținuți în celule separate cu traficanți de droguri mexicani timp de 12 ore, înainte de a fi trimiși înapoi în țara lor. Nu a contat prea mult faptul că cei doi au explicat că termenul "distruge America" era un argou britanic pentru petrecere excesivă. Cei doi se află acum în baza de date a țării de origine.

Citiți întreaga poveste aici: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2093796/Emily-Bunting-Leigh-Van-Bryan-UK-tourists-arrested-destroy-America-Twitter-jokes.html>

Auto-reflecție: Vă puteți gândi la alte tipuri de postări care v-ar putea afecta în viitor? Cum ați putea fi afectat de aceste postări?

De ce sunt importante abilitățile de prezență online

Abilitățile de prezență online sunt și vor deveni determinante pentru succesul dumneavoastră în toate domeniile. Din ce în ce mai mulți oameni se alătură web-ului și se implică din ce în ce mai mult în activități legate de ecran și on-line. De la prietenii existenți și viitori până la supervisorii de la locul de muncă, potențialii colegi și comercianții online, cu toții se uită la mediile dvs. de socializare pentru a afla informații din interior. Ca atare, cine sunteți online și cum păreți a fi s-ar putea să nu fie la fel pentru toți și poate avea consecințe foarte reale în viața voastră fizică.

Deși lista este lungă, unele dintre competențele cheie care trebuie dezvoltate includ:

- Competențe de utilizare a internetului: capacitatea de a utiliza corect diverse aplicații și platforme
- Competențe media: capacitatea de a înțelege că prezență online trebuie gestionată corect
- Competențe tehnice: capacitatea de a înțelege că internetul și serviciile online trebuie utilizate în conformitate cu prezență online dorită
- Competențe de siguranță: capacitatea de a menține o prezență online pozitivă care să limiteze riscurile de expunere
- Încredere: capacitatea de a face să corespundă cu adevărat prezența fizică și prezență online
- Motivație: înțelegerea motivelor pentru care prezență online este importantă pentru toți

Exercițiul 1: În locul celuilalt

Obiective:

- Să înțelegi de ce este importantă prezență online
- Să înțelegi caracterul permanent și inevitabil al prezență online
- Să oferi feedback

Durata: 15 minute

Instrumente: stilou, foaie de hârtie, calculator

Metode: discuții în clasă, descrierea, comparația

Descrierea exercițiului: Încearcă o căutare online a numelui tău. Încearcă diferite variante, inclusiv cele mai populare rețele sociale și platforme online. S-ar putea să fii surprins de ceea ce vei găsi.

Sarcini:

- Fă o căutare online a numelui tău



Erasmus+



ATHENS
LIFELONG
LEARNING
INSTITUTE

4 TEAM 4
excellence



SEAL
CYPRUS

- Folosește diferite variante, cum ar fi numele tău și diferite platforme
- Scrie ceea ce găsești
- Prezintă colegilor tăi
- În timp ce îți prezinți lista, profesorul o va consolida cu toate răspunsurile date de colegii de clasă.

Concluzii: Formatorul subliniază faptul că lumea digitală are o voință proprie. Odată ce conținutul este acolo sus, este foarte greu de eliminat.

Lecții învățate: prezență online este importantă și are o voință proprie.

Forum

Obiective:

- Să identifici prezența online modelului tău sau a persoanei preferate
- Să oferi feedback dacă prezență online lor corespunde cu ceea ce ați avut în minte

Puteți să notați toate materialele relevante pe care le găsiți.

Sarcini:

- Căută pe internet pentru a găsi un model de rol sau o persoană preferată, cum ar fi un actor.
- Scrie dacă ai avut sau nu surprize.

Lecturi suplimentare:

10 persoane care au fost arestate pentru postări pe rețelele de socializare:

<https://www.peepso.com/people-arrested-social-media-posts/>



Erasmus+



ATHENS
LIFELONG
LEARNING
INSTITUTE

4 TEAM 4
excellence



SEAL
CYPRUS

2. Modulul 2 - Introducere în comunicare



Snapshot

Rezumat: Această temă se referă la elementele fundamentale ale comunicării ca și concept general. Abordează aspecte precum: ce este comunicarea, de ce este importantă, precum și tipurile de comunicare care există. Elevii sunt îndrumați să înțeleagă că îmbunătățirea abilităților de comunicare este esențială.

Principalele concluzii

- Să înțelegi ce este comunicarea verbală, nonverbală și scrisă
- Să descoperi modurile în care acestea sunt combinate

Comunicarea verbală

Acesta este primul și cel mai important tip de comunicare. Este una dintre cele mai esențiale abilități pe care le poate avea cineva și va determina în mare măsură capacitatea sa de a funcționa într-o societate.

Comunicarea verbală poate exista atât în lumea fizică, cât și în cea digitală. Aceasta poate fi observată, de exemplu, fie în cadrul discuțiilor față în față, fie prin intermediul unei camere web. Dacă ne limităm comunicarea verbală doar la schimburile de sunete care formează cuvinte care, la rândul lor, sunt conectate la un anumit înțeles în mintea noastră și transferă idei, precum și gânduri sau, în general, informații, atunci comunicarea verbală digitală și nedigitală este în mare măsură nediferențiată.

Pentru a clarifica, această limitare va include chiar și tonul și culoarea vocii. Acest lucru se datorează faptului că astfel de lucruri sunt mai apropiate de comunicarea non-verbală, pe care o vom examina mai târziu.

În general, se spune că există cinci tipuri de comunicare verbală. În această listă sunt incluse:

1. Comunicarea intrapersonală, adică conversațiile tăcute pe care le avem cu noi înșine,
2. Comunicarea interpersonală, adică discuțiile private pe care le avem cu o altă persoană, de la unul la altul,

3. Comunicare în grupuri mici, care implică 3 sau mai mulți participanți, dar care nu crește până la o dimensiune în care nu toți cei care iau parte la discuție pot interacționa cu toți.
4. Comunicare în grup mare, care implică 3 sau mai mulți participanți, dar care nu crește până la o dimensiune în care aproape toți cei care iau parte la discuție nu pot interacționa cu toată lumea.
5. Comunicare publică în care interacțiunea dintre emițătorii și destinatarii comunicării este destul de limitată.

Fiecare tip de comunicare verbală are, bineînțeles, propriul set de abilități. Pentru comunicarea intrapersonală, de exemplu, abilitățile de autorefecție pot fi esențiale, pentru comunicarea interpersonală, abilitățile de ascultare activă pot fi foarte eficiente și așa mai departe.

Comunicarea nonverbală

Comunicarea în general ar fi foarte dificilă fără comunicarea non-verbală. Acest tip de comunicare a fost primul tip de comunicare dezvoltat de specia noastră.

Cu mult înainte de momentul în care cuvintele au început să aibă vreun sens, oamenii foloseau expresii inconștiente pentru a transmite semnificații. Nu ne referim la semne și gesturi sau la o formă de limbaj al semnelor, acestea făcând parte din comunicarea verbală. În schimb, ne referim atât la microexpresiile universale înțelese, cât și la gesturile faciale și limbajul corpului care transmit un mesaj general sau o emoție. Acestea ar putea include, de exemplu, expresii faciale precum fericirea sau gesturi corporale cum ar fi strângerea nasului cu degetele la simpla simțire a unui miros intens.

De fapt, potrivit lui Ray Birdwhistell, aproximativ³ 70% din totalul comunicării se realizează prin comunicare non-verbală. În esență, acestea sunt indicii care, atunci când sunt folosite împreună cu comunicarea verbală, pot ajuta la interpretarea sensului dorit. Interesant este că primul care a fost cunoscut pentru studierea acestor indicii a fost nimeni altul decât Charles Darwin în lucrarea sa intitulată *Expresia emoțiilor la om și la animale*, în urmă cu mai bine de un secol. De atunci, literatura de specialitate în jurul acestei probleme a crescut. Este important de reținut că acesta este singurul tip de comunicare care poate fi înțeles în mare măsură de persoane care nu vorbesc aceeași limbă.

Dintre numeroasele tipuri de comunicare nonverbală care sunt acceptate, principalele includ⁴ :

- Prima impresie
- Postura
- Îmbrăcămintă
- Gesturi
- Adaptoare
- Symbolism
- Conversație
- Distanța
- Cronemică

Lista este lungă și multe altele ar putea fi adăugate aici. Cu toate acestea, o limităm, deoarece intenționăm doar să vă transmitem o imagine generală a subiectului. Cu toate acestea, ceea ce este important de înțeles aici este faptul că toate acestea și multe altele sunt folosite în mod conștient și

³ Fontenot, Karen Anding (2018). "Nonverbal communication and social cognition". Salem Press Encyclopedia of Health.

⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/Nonverbal_communication



inconștient, alături de comunicarea verbală, pentru a ne ajuta să ne transmitem sensul. Ca atare, studierea acestora la noi înșine și la ceilalți nu numai că ne poate ajuta să transmitem mai bine înțelesul, ci și să primim adevăratul sens din spatele cuvintelor altcuiva.

Comunicarea scrisă

Această formă de comunicare este un produs direct al societății noastre. Se știe că nicio altă creatură de pe Pământ nu o posedă în prezent, cel puțin nu într-o formă atât de exactă.

De exemplu, deși unele animale folosesc mirosul, cum ar fi un câine care își marchează teritoriul, aceste mesaje sunt prea generale pentru a putea transmite cantitatea și precizia de informații care pot fi transmise prin comunicarea scrisă folosită de oameni. Ca o definiție, putem spune că acest tip de comunicare, cea scrisă, utilizează simboluri atribuite și specifice pentru a transmite semnificații.

Acestea fiind spuse, inventarea comunicării scrise a fost fundamentală pentru progresul nostru de până acum. Deși comunicarea verbală și non-verbală pot și ar trebui să fie combinate pentru a transmite semnificații, această formă scrisă de comunicare este de sine stătătoare.

Acest lucru nu înseamnă că nu este afectat de acestea. Într-adevăr, și mai ales în ceea ce privește lumea digitală, expresiile faciale și chiar imaginile sunt folosite alături de comunicarea scrisă pentru a contribui la transmiterea sensului, cum ar fi emoticoanele și gif-urile.

De fapt, comunicarea scrisă include de mult timp simboluri care ajută scriitorul să transmită înțelesul, cum ar fi semnele de întrebare și semnele de exclamare. Aici se află paradoxul comunicării scrise, în sensul că aceasta poate fi privită ca un tip de comunicare intrapersonală prin monologuri interpersonale.

Pentru istorici, importanța scrisului este incontestabilă. Istoria și preistoria sunt definite de inventarea scrisului. Totul în viața noastră are o anumită formă de comunicare scrisă. De la un pachet de gume de mestecat până la site-uri de internet și divertisment, totul ar fi fost destul de dificil dacă nu ar fi apărut comunicarea scrisă. Bineînțeles, și aceasta a avansat de-a lungul timpului și un pachet de abilități este implicat pentru a permite scriitorului să își atingă scopul.

Unele dintre cele mai importante implică:

- Cercetare
- Schițare
- Editare
- Înțelegerea lecturii
- Gestionarea timpului
- Gramatică
- Ortografie
- Empatie
- Punctuație

Încă o dată, lista este lungă și neexhaustivă. Există o mulțime de materiale și o serie de cursuri profesionale care vă pot ajuta să vă îmbunătățiți abilitățile de scriere. Cu toate acestea, ceea ce trebuie reținut din acest subiect este că abilitățile de scriere chiar contează.

Studiu de caz – Ți se citește pe chip

Un videoclip de Paul Ekman despre natura comunicării nonverbale. Profesorul Ekman a fost clasat pe locul 59 din cei mai citați 100 de psihologi ai secolului XX, iar cercetările sale privind relația biologică a emoțiilor specifice au demonstrat natura universală a expresiilor.

Urmăriți videoclipul aici: <https://www.youtube.com/watch?v=pVp5pGSwZkg>

Auto-reflecție: Ce fel de față ați pune la un interviu de angajare? Ce fel de emoții trebuie să vă autogenerați pentru a vă aduce în starea de spirit potrivită? Cum v-ar arăta fața și corpul?

De ce este comunicarea importantă

Fundamentul societății noastre este comunicarea. Nicio specie de pe Pământ nu este lipsită de ea și niciuna nu a dezvoltat-o în măsura în care am făcut-o noi. Cu toate acestea, odată cu această specializare, se impune o mare povară. Aceea de a dezvolta abilitățile necesare pentru a putea comunica eficient unii cu alții, iar acest lucru are aplicații în toate domeniile vieții. De la simplele interacțiuni sociale până la relațiile de muncă complexe, îmbunătățirea abilităților de comunicare este de o importanță capitală.

Deși lista este lungă, unele dintre competențele cheie care trebuie dezvoltate includ:

- Abilități de autocunoaștere: să devenim mai critici cu noi înșine și să ne ascultăm vocea interioară
- Competențe mediatice: capacitatea de a trimite și de a primi eficient și precis informațiile așa cum au fost ele destinate să fie trimise sau primite
- Împuternicire: Capacitatea de a ne putea înțelege mai bine pe noi înșine și pe ceilalți
- Empatie: Să fim mai mult în contact cu sentimentele altora și să ne ajutăm pe noi înșine și pe ceilalți să le exprimăm
- Rezolvarea conflictelor: Să fim capabili să folosim cea mai bună strategie în funcție de situație și să o dezamorsăm
- Încredere: capacitatea de a ne reprezenta cu adevărat gândurile și sentimentele și de a comunica cu exactitate ceea ce vrem să spunem, fiind în același timp capabili să descifrăm sensul celorlalți
- Motivație: înțelegerea faptului că abilitățile de comunicare sunt esențiale și că merită cu adevărat să investim în îmbunătățirea acestora

Exercițiul 2: Limbajul universal

Obiective:

- Să înțelegi că procesul de comunicare se prezintă sub mai multe forme și aspecte
- Să oferi feedback

Durata: 15 minute

Materiale: pix, foaie de hârtie



Erasmus+



ATHENS
LIFELONG
LEARNING
INSTITUTE

4 TEAM 4
excellence



SEAL
CYPRUS

Metode: discuții în clasă, descrierea, comparația.

Descrierea exercițiului: Scrie ce tipuri de comunicatori verbali, scriitori și nonverbali credeți că sunt universal înțeleși sau înțeleși în majoritatea țărilor. Acest lucru poate include orice, de la scrisori, la expresie, gesturi ale mâinilor, postura corpului, semnale chimice și așa mai departe.

Sarcini:

- Scrie formele de comunicatori care crezi că pot fi înțelese universal
- Ar putea fi orice
- Împărtășește-le cu colegii tăi. În timp ce vă prezinți lista, profesorul o va consolida cu toate răspunsurile date de colegii de clasă. De asemenea, profesorul adaugă propriile contribuții.

Concluzii: Formatorul subliniază faptul că oamenii sunt o singură specie, astfel încât este inevitabil să existe o mulțime de comunicatori comuni între diferite culturi și limbi. Înțelegerea acestora ne poate ajuta să ne îmbunătățim abilitățile de comunicare.

Lecții învățate: Există comunicatori comuni, iar îmbunătățirea abilităților noastre presupune stăpânirea acestora.

Forum

Obiective:

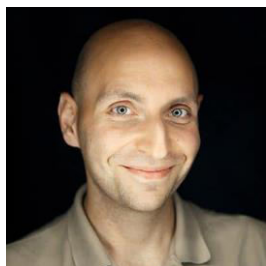
- Împărtășește orice obiceiuri sau norme ciudate pe care le cunoști
- Oferă feedback.

Poți să notezi orice obiceiuri sau norme ciudate pe care le cunoști din orice țară și să ne spui de ce crezi că au apărut.

Sarcini:

- Notează orice obiceiuri sau norme ciudate
- Scrie de ce crezi că există sau la ce scop crezi că servesc

Lecturi suplimentare



Smash Magazine, 50 de resurse gratuite care îți vor îmbunătăți abilitățile de scriere:

<https://www.smashingmagazine.com/2009/06/50-free-resources-that-will-improve-your-writing-skills/>



Erasmus+



ATHENS
LIFELONG
LEARNING
INSTITUTE



3. Modulul 3 - Prezența online și comunicarea



Snapshot

Rezumat: Acest subiect se referă la legătura dintre prezența online și comunicare. Abordează aspecte precum modul în care cele două interacționează, de ce este important să înțelegem relația lor, precum și explorarea efectului acestora asupra lumii fizice și a celorlalte. Cursanții sunt îndrumați să înțeleagă că prezența online și comunicarea trebuie să fie înțelese împreună.

Principalele concluzii:

- Înțelege modul în care funcționează împreună prezența online și comunicarea
- Descoperă cum să le combini

Legătura dintre celor două

Pentru a avea o prezență pozitivă este nevoie de bune abilități de comunicare. Imaginea de ansamblu pe care doriți să o prezentați, pentru că la asta se reduce în mod inevitabil, necesită abilități de comunicare corespunzătoare.

De exemplu, jurnaliștii pentru reviste pop pentru adolescenți sau de modă vor avea nevoie de competențe diferite. Acest lucru se datorează faptului că, deși subiectul este același, moda, publicul și așteptările acestuia vor fi foarte diferite.

Unul trebuie să aibă un aer mai proaspăt, mai tânăr, în timp ce celălalt trebuie să aibă o perspectivă mai sofisticată. Cuvintele alese trebuie să fie cele ale publicului vizat, astfel că unul ar putea folosi termeni mai argotici, cum ar fi "peeps", în timp ce celălalt termeni mai clasici, cum ar fi "socialites", iar în timp ce unul ar putea fi mai liber să experimenteze diverse combinații de culori în ceea ce privește conținutul și să folosească diverse emoticoane, celălalt va fi mai reținut, având o perspectivă cel puțin ușor sofisticată. Fotografii unuia ar putea fi cele de la o petrecere rave la care a participat, iar ale celuilalt de la o cină de gală.

Toate aceste multe lucruri mici se amestecă pentru a forma prezența ta electronică aleasă. Tot ceea ce se folosește online transmite un mesaj și este un tip de comunicare care îți va afecta prezența online și, ca atare, trebuie să fii conștient de ele. Chiar și termenii de căutare și combinația lor reprezintă un tip de comunicare, deoarece permiți algoritmului motorului de căutare să știe ce te

interesează în general. La rândul său, acest lucru va fi calculat împreună cu toate datele tale puse la dispoziția algoritmului, cum ar fi site-urile vizitate și durata șederii, pentru a-ți oferi ceea ce acesta consideră că sunt cele mai potrivite rezultate pentru tine.

Ca atare, aceiași termeni de căutare vor produce rezultate diferite pentru persoane diferite. Având în vedere că, în lumea digitală, tot ceea ce faci transmite un mesaj, trebuie să te asiguri că acesta este cel corect. Dacă o adolescentă postează o poză în bikini dansând cu prietenul ei la un bar de pe plajă poate fi acceptabilă, nu același lucru este valabil și pentru directorul general al unei întreprinderi de milioane de euro. Fie că ne place sau nu, și în ciuda oricăror dezacorduri în această privință, cele două sunt judecate după standarde foarte diferite.

Așadar, înainte de orice altceva, trebuie să decizi ce tip de prezență dorești să ai. Acesta este avatarul tău. În general, cel care dorește să aibă o prezență online pozitivă ar trebui, atunci când comunică:

- Să aibă în vedere conceptul de amprentă digitală
- Să verifice întotdeauna de două ori mesajul pe care urmează să îl trimită și să se gândească dacă poate fi înțeles greșit
- Să mențină setările de confidențialitate
- Să evite să folosească servere publice pentru informații sensibile
- Să adapteze mesajul în funcție de public
- Să se gândească la viitor
- Să păstreze un ton adecvat
- Să fie respectuos
- Să adopte concepte precum libertatea de exprimare, accesul și incluziunea
- Să se protejeze pe sine și pe ceilalți de comportamente nedorite
- Să adopte o atitudine proactivă
- Să elimine conținutul nejustificat, cum ar fi spam-ul și trolling-ul
- Să contribuie în mod pozitiv la conținutul altora, deoarece este o situație avantajoasă pentru ambele părți
- Să învețe să blocheze, să raporteze și să ignore utilizatorii rău intenționați

Nu se poate alege dacă să ai sau nu o prezență online. Dacă folosiți internetul, amprenta ta digitală este acolo, iar acest lucru poate avea consecințe foarte reale asupra lumii din jurul tău.

Cum afectează comunicarea prezența online și viceversa

Aceste două aspecte sunt legate în mod inevitabil. Într-un paradox ciudat, deși comunicarea în acest sens mai larg descris mai sus îți va afecta prezența online, este adevărat și reversul. A avea prezența online dorită va conduce la metode specifice de comunicare, iar acestea vor reveni la acea prezența online într-o manieră cauză-efect care trece de la una la alta. De exemplu, o vedetă pop are imaginea de vedetă pop prin utilizarea metodelor și instrumentelor de comunicare legate de vedetele pop, iar aceste metode și instrumente conduc la faptul că vedeta pop are acea imagine de prezență online.

Astfel, ambele se bazează în mod egal una pe cealaltă. Ca atare, gestionarea prezenței online înseamnă să îți adaptezi abilitățile de comunicare la acea prezență online pe care dorești să o implementezi. Acest lucru este valabil chiar dacă decizi să fii un pustnic digital, ceea ce înseamnă că îți limitezi expunerea online la ceea ce este absolut esențial, cum ar fi e-mailurile sau difuzarea de



videoclipuri online. Totul, de la alegerea unui nume până la tipurile de conținut pe care le postezi, ar trebui, în mod ideal, să se alinieze cel puțin la granițele vagi pe care dorești să le stabilești.

De exemplu, să știi cum să setezi notificările privind cookie-urile poate afecta prezența ta electronică în general. Există persoane care preferă mai multă sau mai puțină intimitate și care ar opta sau nu pentru a li se prezenta reclame și conținuturi personalizate. Și acest lucru face parte din comunicare, iar singura modalitate de a transfera informațiile corecte către serverul și algoritmiile care le reglează este de a înțelege termenii utilizați. Acest lucru este valabil nu numai pentru notificările privind cookie-urile, ci și pentru multe alte lucruri similare, cum ar fi notificările privind confidențialitatea, condițiile de utilizare, opțiunile de cont, caracteristicile de securitate și așa mai departe.

Aici trebuie să adăugăm o mică notă de subsol. Prin aceasta, descoperim o altă formă de comunicare, dincolo de tipurile de comunicare verbală, nonverbală și scrisă menționate mai sus: comunicarea mecanică sau digitală. Ceea ce înseamnă în esență că, având în vedere că majoritatea platformelor sunt automatizate în răspunsurile lor și sunt susținute doar de oameni reali, trebuie să fim conștienți de terminologia pe care acestea o folosesc și de modul în care, în general, percep informația, pentru a putea să le navigăm în toată amploarea lor.

Prin urmare, trebuie să le aveți întotdeauna în vedere pe ambele. A descoperi cum îți dorești să fie prezența ta înseamnă, de asemenea, a te educa asupra conceptului mai larg de comunicare și a înțelege modul în care cei doi interacționează pentru a putea urmări cele mai bune alternative.

Studiu de caz - Propagandă și relații publice



Un videoclip care explică modul în care comunicarea, în sensul de relații publice, contribuie la schimbarea lumii. Protagonistul Edward Bernays este considerat părintele relațiilor publice și i se atribuie multe lucruri în domeniu.

Urmăriți videoclipul aici: <https://www.youtube.com/watch?v=V0OrT-8gXMs>

De ce sunt importante comunicarea și prezența online

Cele două, luate împreună, se traduc prin modul în care ne vedem pe noi înșine și cum ne vede lumea. Atunci când există o diferență între cele două, se spune că există un decalaj. Deși s-ar putea să îți dorești o personalitate online diferită de cea din lumea fizică, este bine să te asiguri că modul în care ești văzut online este cel în care dorești să fii văzut online. Acesta este adevăratul sens al diferenței de prezență online și comunicare.

Deși lista este lungă, unele dintre competențele cheie care trebuie dezvoltate includ:

- Abilități de comunicare și prezență: Înțelegerea modului în care cele două relații sunt legate între ele
- Abilități de autocunoaștere și de reflecție: capacitatea de a estima cu adevărat modul în care ești văzut în lumea digitală
- Competențe mediatică: capacitatea de a-ți conecta prezența online reală cu cea dorită
- Responsabilizare: Capacitatea de a putea înțelege mai bine importanța prezenței online și a comunicării, precum și ramificațiile acestora
- Încredere: capacitatea de a reflecta cu adevărat eul dorit asupra celorlalți
- Motivație: înțelegerea importanței îmbunătățirii abilităților tale de comunicare și prezență online

Exercițiul 3: Un masterplan în lucru 1/3

Durata: 25 minute

Instrumente: stilou, foaie de hârtie

Metode: discuții în clasă, descrierea, comparația

Descrierea exercițiului: Această sarcină va fi realizată în trei părți. În această primă parte, ești invitat să îți redactezi propriul plan de acțiune în ceea ce privește prezentarea mediilor sociale preferate așa cum îți dorești să fie. Începe prin a lua notițe cu privire la modul în care îți dorești să te perceapă ceilalți. Răspunde de ce crezi că este benefic să fii văzut în această lumină, fie că este vorba de scopuri profesionale sau de socializare cu colegii. Apoi scrie ce tehnici crezi că ar trebui urmate pentru a obține acest lucru. Ar trebui să folosești doar notițe rapide cu liniuță.

Sarcini:

- Scrie care ar trebui să fie prezența ta ideală în funcție de mediile sociale preferate. Acesta va fi avatarul tău. Poți sugera, de exemplu, că dorești să fii un comediant online. Pe baza acestui lucru, vei scrie apoi cum ar trebui să perceapă ceilalți această persoană.
- Scrie de ce crezi că este benefic pentru ceilalți să vadă acest avatar în modul în care sugerezi tu
- Scrie tehnici pentru a realiza acest lucru
- Împărtășește acest lucru cu colegii tăi
- În timp ce îți prezinți lista, profesorul o va consolida cu toate răspunsurile date de colegii voștri. De asemenea, profesorul adaugă propriile contribuții și redactează propriul plan

Concluzii: Formatorul subliniază încă o dată importanța prezenței online și a comunicării. Acesta le explică cursanților că proiectarea personajului online nu este un lucru întâmplător, ci necesită o planificare atentă pentru a fi realizat.

Leții învățate: Atât prezența online, cât și comunicarea ar trebui să fie urmărite într-o manieră strategică.

Forum

Obiective:

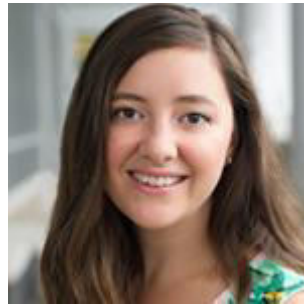
- Împărtășește diferite tipuri de persoane online care îți plac sau nu îți plac
- Oferă feedback cu privire la motivul pentru care crezi că este așa

Puteți nota orice persoană online care vă place sau care nu vă place.

Sarcini:

- Scrie exemple de personalități online, fie ele celebre sau infame
- Scrie de ce crezi că sunt atrăgătoare pentru alți oameni.

Lecturi suplimentare



10 discuții TED pentru a-ți îmbunătăți abilitățile de comunicare:

<https://enterpriseproject.com/article/2018/6/10-ted-talks-sharpen-your-communication-skills>

4. Modulul 4 - Optimizarea prezenței online și a comunicării



Snapshot

Rezumat: Acest subiect se referă la modul în care poți îmbunătăți prezența online. Abordează subiecte precum cele mai bune practici în domeniu, care este diferența dintre prezența vizuală și cea non-vizuală, precum și explorarea efectului reciproc al acestora. Studenții sunt îndrumați să înțeleagă că prezența lor electronică ar trebui să ia o direcție strategică.

Principalele concluzii:

- Înțelegerea comunicării verbale, nonverbale și scrisă
- Descoperirea modurilor în care acestea sunt combinate

Cele mai bune practici de optimizare a prezenței online și comunicării

După ce am înțeles prezența online și comunicarea, putem vedea acum ce putem face pentru a le optimiza. Mergând mai departe, să ținem mereu cont de faptul că cele două se afectează și sunt afectate reciproc în mod imens.

În afară de aceasta, oferim câteva sfaturi utile pentru a ajuta la maximizarea efectului celor două.

- Găsește-ți nișa:

Aceasta înseamnă să îți găsești locul în lumea digitală. Înseamnă, pur și simplu, să descoperi la ce și unde te pricepi și să conectezi acest lucru la o comunitate stabilă sau să îți crezi propria comunitate. De exemplu, dacă te pricepi la fotografie, atunci caută comunități online care împărtășesc această pasiune sau chiar ia în considerare posibilitatea de a-ți crea propria comunitate. Ghidul Forbes⁵ în 5 pași ar putea fi util pentru a realiza acest lucru. Cei cinci pași presupun:

- 1) Evaluează-ți pasiunile și abilitățile
- 2) Află dacă există o piață pentru nișa ta
- 3) Restrângeți-va nișa
- 4) Verifică concurența
- 5) Testează-ți nișa

⁵ <https://www.forbes.com/sites/johnrampton/2017/11/07/a-5-step-formula-to-find-your-niche/>

Ceea ce înseamnă că, mai întâi trebuie să îți dai seama la ce te pricepi și ce te pasionează. Apoi, vezi dacă alții împărtășesc acest interes. Cu cât sunt mai mulți oameni care împărtășesc acest lucru, cu atât mai mare este piața pentru el. Apoi, trebuie să îți restrângi nișa gășind specialități în cadrul acestei piețe. De aici încolo trebuie să verifici concurența sau colegii tăi, oricare ar fi cazul, pentru a vedea ce oferă aceștia și cum te poți diferenția de ei, absorbind în același timp cât mai multe cunoștințe. Al cincilea pas implică, bineînțeles, testarea nișei prin punerea în acțiune a abilității alese pentru ca lumea să vadă și să vă ofere feedback.

- Identifică problemele la care poți oferi soluții

Lumea este plină de probleme și de oameni care le semnalează. Ceea ce avem nevoie cu disperare și vom avea mereu nevoie sunt acei puțini speciali care pot oferi cu adevărat soluții la ele. Acesta ar trebui să fie întotdeauna obiectivul tău, dincolo de a semnală o problemă pentru a oferi perspectiva ta personală asupra modului în care aceasta poate fi abordată. Acest lucru va ajuta întotdeauna să te diferențiezi de toți ceilalți.

- Fii consecvent

Maximizarea prezenței și a comunicării electronice presupune crearea unei cantități mari de conținut. Cu toate acestea, publicul tău are întotdeauna nevoie de instruire și va fi, de regulă, o creatură de obișnuință. Acest lucru înseamnă că vor funcționa mai bine cu tine dacă veți opera în parametrii așteptați. Ceea ce înseamnă că, dacă interesele tale și ale persoanei alese de tine este una care se concentrează pe teatru, atunci conținutul referitor la cumpărături online ar putea fi deplasat și ar putea să le încurce imaginea sau înțelegerea e-prezenței tale.

Acest lucru nu înseamnă că nu poți opta pentru a fi un om bun la toate. Înseamnă doar că, dacă o faci, nu te poți concentra pe o singură problemă, deoarece cei care au venit la tine cu o anumită înțelegere a personalității tale online au acum o înțelegere complet diferită, ceea ce i-ar putea determina să caute pe cineva care să le ofere ceea ce au așteptat inițial.

- Fii la timp

Stabilește un orar și respectă termenele limită pe cât posibil. De exemplu, dacă decizi să faci 2 postări pe săptămână în anumite zile, trebuie să încercați să respecti acest lucru. Sau dacă cineva te-a întrebat ceva sau a făcut un comentariu nu-i întoarce un răspuns peste o lună. Acest lucru îi va ajuta pe oameni să înțeleagă că ești de încredere și, ca atare, de cele mai multe ori te vor aborda cu orice au în minte.

- Fii politicos și profesionist

Lumea este plină de persoane care pierd timpul. De la trolling la șoferi de duminică sau surferi în acest caz. Nu te lăsa pradă furiei interioare sau nu te simți jignit de ei, mai bine învață cum să-i ignori.

- Verifică totul

Înainte de a împărtăși ceva, asigură-te că este real. Lumea digitală este plină de conținut creat în mai multe scopuri, de la simpla glumă la hacking și multe altele, iar ultimul lucru pe care dorești să îl faci este să distribuie un astfel de conținut. De exemplu, dacă vezi o știre pe care vrei să o împărtășești, poți face mai întâi o căutare rapidă online pentru a vedea dacă apare în canale de știri credibile. Dacă nu apare, există șansa să nu fie un material de presă, ci o știre falsă.

- Învață când și când să nu folosești mijloace vizuale

De exemplu, dacă scrii o poveste, este posibil să fie nevoie să o îmbogățești prin adăugarea de mijloace vizuale. Dacă scrii un e-mail către șeful tău, poate că vrei să eviți acest lucru.

- Uneori este mai bine să comunicăm prea mult

Nu presupune niciodată că toată lumea vă înțelege mesajul. Aceștia ar putea să noteze politicos sau să răspundă cu un simplu "ok" sau alte amabilități. Ca atare, asigură-te, în general, că mesajul tău începe și se termină cu un rezumat a ceea ce încerci să spui.

- Fii deschis și permite-le celorlalți să fie deschiși

Feedback-ul este probabil cel mai important aliat al tău. Totuși, pentru ca acesta să funcționeze, trebuie să fii cu adevărat deschis la critici, astfel încât oamenii să poată spune exact ce au în minte.

- Ia în considerare SEO

Acronimul înseamnă Search Engine Optimization (optimizare pentru motoarele de căutare). Pe scurt, având în vedere că acesta este un subiect uriaș și o disciplină de sine stătătoare, termenul reprezintă numeroase tehnici care te pot ajuta ca prezența ta online și conținutul tău să fie mai ușor de descoperit de către motoarele de căutare și, prin urmare, de către utilizatori. Printre elementele de bază se numără utilizarea unor cuvinte-cheie specifice și realizarea unui conținut relaționabil cu acestea.

Acestea sunt unele dintre cele mai importante lucruri pe care trebuie să le ai în vedere pentru a-ți optimiza prezența online și abilitățile de comunicare. Pe măsură ce vei călători prin lumea digitală, vei descoperi multe altele și le vei atribui propria valoare de importanță.

Prezența vizuală

Prezența vizuală se referă la estetica pe care o are prezența ta online. O imagine valorează cât o mie de cuvinte, iar majoritatea oamenilor își vor face o părere despre tine⁶ în primul minut de la întâlnire sau chiar mai puțin.

Ca atare, impresia vizuală și aspectul contează. Chiar înainte de a ajunge să îți citească conținutul, o persoană își va face o idee generală despre tine. Dacă ar trebui sau nu ar trebui să o facă sau nu este subiect de dezbatere, dar ceea ce contează cu adevărat este că majoritatea oamenilor o fac și că vei avea de-a face cu majoritatea oamenilor.

Acest lucru este adevărat și, într-adevăr, foarte amplu. De exemplu, dacă ești într-un magazin online, totul, de la culorile pe care le-ai ales, la logo-ul tău, aranjarea produselor, stilul literelor, imaginile afișate și până la senzația generală a paginii tale, se va rezuma la o primă impresie despre magazinul tău, care poate fi proastă sau bună, chiar înainte ca utilizatorul să ajungă la partea în care vede prețurile tale. Atunci când vei preda un document pentru revizuire șefului tău, acesta îți va fi judecat deja și într-o mare măsură munca pe baza acelei impresii generale pe care a avut-o, cum ar fi pagina de titlu, lungimea, spațierea, culorile, graficele și ordinea generală.

Așadar, este bine să vă asigurați că acest prim minut este în favoarea ta și nu împotriva ta. Având în vedere aceste lucruri, câteva lucruri de care trebuie să ții cont includ:

- Fii scurt și la obiect.

⁶ <https://www.psychologicalscience.org/observer/how-many-seconds-to-a-first-impression>

Majoritatea oamenilor nu pot scăpa de acea judecată de un minut. Mentea lor caută rapid să dea un sens la toate acestea și trebuie să îi ghidezi acolo, astfel încât să faci o evaluare corectă. De exemplu, dacă vorbim despre un site web, asigură-te că pagina ta de destinație este alcătuită din culori care nu intră în conflict sau creează confuzie, că logo-ul tău este clar vizibil și că mesajul de bun venit este foarte scurt și explică exact ce faci. Imaginile ar trebui să fie curate și de înaltă rezoluție. Pe de altă parte, dacă vorbim despre o lucrare pe care ai prezentat-o asigură-te că aceasta are o primă pagină cu un titlu care a explicat cu adevărat despre ce este vorba și că ai folosit stiluri de litere cu care șeful tău este familiarizat. O imagine relevantă ar putea ajuta, de asemenea, în funcție de subiectul lucrării și dacă aceasta este obișnuită sau nu în profesia ta specifică. Dacă în cazul avocaților acest lucru ar fi ciudat, în cazul agenților de publicitate ar fi de așteptat.

- Rămâneți atractiv

Ajutoarele vizuale sunt esențiale aici. Fie că este vorba de un grafic sau de o imagine relevantă, toate ajutoarele vizuale pot încuraja utilizatorul să continue să citească conținutul tău.

- Nu fii înșelător

Imaginea ta, indiferent cât de atrăgătoare, trebuie să se conecteze la substanța ta. În caz contrar, îți vei pierde credibilitatea, iar dacă acest lucru se întâmplă lucrurile vor deveni dificile pentru tine. De exemplu, dacă publici o știre despre o vânzare online pe care să aibă loc, nu folosi imagini din mulțimi de oameni care se împing și se îmbrâncesc pentru a ajunge la produsele tale, însoțite de un titlu "se așteaptă revolte". Deși mulți oameni vor da click pe ea și unii o vor găsi amuzantă și poate că vor fi implicați, cei mai mulți vor considera acest lucru drept clickbait și nu se vor mai deranja cu tine.

- Fii îngrijit

Încearcă să eviți tentația de a include prea multe lucruri. Uneori, în efortul de a deveni atrăgători, încercăm conținutul cu tone de ajutoare vizuale. Acestea, în loc să invite publicul, ar putea pur și simplu să-l copleșească și să-l deruteze.

- Folosește conținut vizual de înaltă calitate

Este mai bine să folosești un suport vizual de înaltă calitate sau să nu folosești niciunul. Un videoclip de calitate slabă, de exemplu, va avea efecte opuse, deoarece va tinde să coboare tot restul conținutului. Oamenii se așteaptă la consecvență și, de obicei, gândesc în termeni de alb și negru. Ceva este fie bun, fie nu.

- Ține cont de publicul tău

Fie că este vorba de un interviu de angajare online sau de o postare pe rețelele de socializare, trebuie să păstrezi relevanța. Dacă interviul este pentru un post de barman, atunci blugii și o cămașă ar fi cele mai potrivite. Dacă este pentru un nou post de CEO, atunci un costum și cravată sunt necesare.

Toate cele de mai sus sunt bune de reținut. Cu toate acestea, atunci când te gândești la prezența ta vizuală, amintește-ți întotdeauna că aceasta este o parte a ecuației și nu o soluție completă. La sfârșitul zilei, oamenii vor dori să ajungă la conținutul tău real și acest lucru nu ar trebui să fie depășit de aspectul tău vizual.

Prezența non vizuală

Prezența non-vizuală se referă la mesajul propriu-zis. Reamintindu-ți că vorbim încă o dată despre prezență online și comunicare ca fiind un concept interrelaționat, tot ceea ce are legătură cu aceasta se referă, cu voie sau fără voie, la un mesaj.

Aceasta va fi substanța comunicării tale. Trecând peste prima impresie, acum este șansa ta de a confirma imaginea pozitivă sau de a o corecta pe cea negativă. Nu toate relațiile grozave încep cu dragoste la prima vedere și există multe lucruri pe care le poți face pentru a te ajuta.

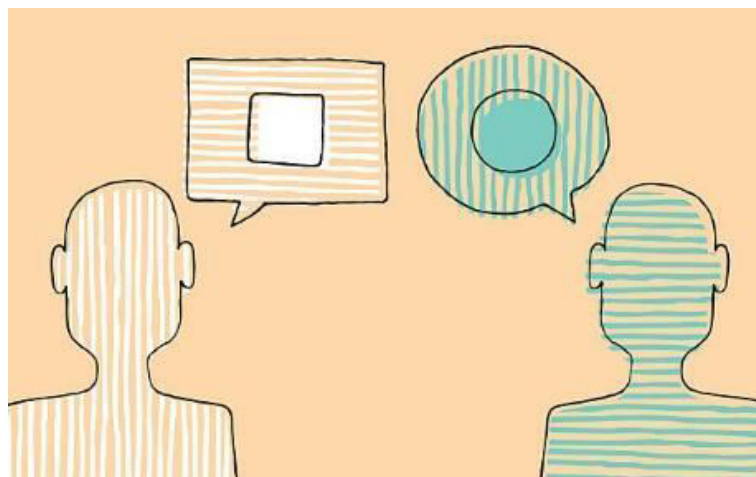
Multe dintre acestea au fost deja abordate. De exemplu, poți să îți dezvolți în continuare abilitățile de auto-reflecție. În acest fel, veți ști mai bine ce anume oferi și ce mesaj dorești să transmiți. Îți poți îmbunătăți abilitățile de comunicare non-verbală. Acest lucru îți va permite să citești mai bine răspunsurile oamenilor, în special la acea primă imagine, și să corectezi sau să confirmi dacă este necesar. Îți poți îmbunătăți abilitățile de SEO și o înțelegere generală a platformelor online pentru a-ți îmbunătăți abilitățile de comunicare în digital. Îți poți exercita abilitățile de scriere pentru a te asigura că mesajul tău este transmis în mod clar, îmbunătățindu-ți în același timp abilitățile de ascultare activă, astfel încât să îți permiți să răspunzi mai bine la mesajul real transmis, îmbunătățind în același timp implicarea publicului.

Mai presus de toate, trebuie să înțelegi cu adevărat ce înseamnă prezența non-vizuală. La prima vedere, acest subiect implică conținutul tău în sine și de sine stătător. Cu toate acestea, dacă dorim să aprofundăm, ne vom da seama că este o formă de prezență inconștientă. Este vorba, de exemplu, de reputația pe care o ai chiar înainte de a fi ajuns direct la o persoană. Aceasta poate fi, de exemplu, vorba despre tine sau un clasament pe care îl avem pe platforma noastră preferată de critici de film.

Aceasta implică și un alt element. Modul în care lumea digitală automatizată te percepe, modul în care acești algoritmi care comunică pe 0 și 1 îți citesc prezența. De exemplu, atunci când e-mailul tău ajunge în dosarul de spam, acei 0 și 1 au nevoie de o discuție bună. Același lucru este valabil și în cazul în care rezultatele motorului de căutare te prezintă în a cincea sau a șasea pagină.

Ca atare, prezența non-vizuală trebuie abordată cu atenție. Ea trebuie făcută atât din punct de vedere conștient, cât și inconștient. De asemenea, trebuie să fie combinată în mod corespunzător cu prezența vizuală.

Studiu de caz - 10 cazuri bine-cunoscute de lipsă de comunicare



Comunicarea defectuoasă este definită ca o incapacitate socială de a comunica în mod adecvat și corect. Aceasta poate afecta persoana care comunică, destinatarul informațiilor, un grup de persoane sau chiar întreaga lume. Urmăriți un scurt videoclip despre 10 cazuri bine cunoscute de comunicare greșită aici: <https://www.youtube.com/watch?v=aSRDWcEm1GA>

Auto-reflecție: Ce faceți pentru a vă asigura că sunteți bine înțeles de familie, de prieteni sau chiar de colegii de peste hotare?

De ce ar trebui să optimizezi e-prezența și comunicarea

Așa cum s-a spus, prezența ta online poate avea o minte proprie. În acest caz, trebuie să te asiguri că o ghidezi spre calea corectă și să fii proactiv în ceea ce privește modul în care te prezintă lumii digitale, asigurându-te că abilitățile tale de comunicare sunt și rămân la fel de ascuțite ca întotdeauna.

Deși lista este lungă, unele dintre competențele cheie care trebuie dezvoltate includ:

- Conștientizarea prezenței online și a comunicării: Asigurarea faptului că înțelegeți legătura dintre acestea
- Netiquette: Modul adecvat de a te comporta online
- Conștientizarea: Să știi care este adevărata ta prezență online
- Împuternicire: Pentru a fi capabil să îți ghidezi prezența ta online acolo unde dorești să ajungă
- Competențe media: capacitatea de a naviga prin diverse forme și instrumente de conținut online și de a optimiza efectele lor pozitive
- Încredere: capacitatea de a utiliza mai eficient internetul
- Motivație: înțelegerea importanței utilizării strategice a abilităților de comunicare pentru a îți îmbunătăți prezența online și, în general, abordarea ta față de lucruri

Exercițiul 4: Un masterplan în lucru 2/3

Durata: 25 minute

Instrumente: stilou, foaie de hârtie

Metode: discuții în clasă, descrierea, comparația

Descrierea exercițiului: Această sarcină va fi realizată în trei părți. În această a doua parte ești invitat să aplici cele mai bune practici pe care le-ai învățat și să îți îmbunătățești propriul plan de acțiune în ceea ce privește prezența ta online în ceea ce privește mediile sociale preferate, așa cum îți dorești să fie. Împărtășește aspectele pe care dorești să le comunicii clasei și scrie care dintre temele abordate crezi că este cel mai util de încorporat în planul tău.

Sarcini:

- Finalizează planul tău
- Scrie care dintre lucrurile abordate în acest modul ți s-au părut cele mai utile și care ți-au fost cele mai dificile. Spune-le colegilor dumneavoastră.



- În timp ce îți prezinți lista, profesorul o va consolida cu toate răspunsurile date de colegii tăi. De asemenea, profesorul adaugă propriile contribuții și finalizează planul.

Concluzii: Formatorul subliniază încă o dată importanța prezenței online și a comunicării. Acesta le explică cursanților că proiectarea personajului online nu este un lucru întâmplător, ci este nevoie de o planificare atentă pentru a fi realizat.

Lecții învățate: Atât prezența online, cât și comunicarea ar trebui să fie urmărite într-o manieră strategică.

Forum

Obiective:

- Împărtășește diferite tipuri de erori de comunicare pe care le cunoști
- Acestea pot fi personale sau cunoscute.

Poți să notezi orice caz în care s-a semnalat o comunicare defectuoasă.

Sarcini:

- Scrie cazurile de comunicare defectuoasă
- Oferă feedback.

Lecturi suplimentare



Dintr-o perspectivă diferită, mai jos veți găsi sfaturi pentru îmbunătățirea comunicării la locul de muncă: <https://axerosolutions.com/blogs/timeisenhauer/pulse/210/41-smart-tips-to-improve-communication-in-the-workplace>

5. Modulul 5 - Siguranța prezenței online și a comunicării



Snapshot

Rezumat: Această temă se referă la elementele fundamentale ale prezenței online și ale siguranței comunicării în general. Abordează aspecte precum modul în care se poate rămâne moral și evita comportamentele necorespunzătoare online, precum și exploatarea tipului de remedii de care se poate dispune pentru sine sau pentru alții. Cursanții sunt îndrumați să înțeleagă esențialitatea cunoștințelor.

Principalele concluzii:

- Înțelege cum să rămâi în siguranță și să-i protejezi pe ceilalți
- Descoperi modalitățile prin care poți face acest lucru

Cum să rămâi etic online

Cu adevărat, lumea digitală este un loc mult mai liber decât cea fizică. În cele mai multe cazuri, modul în care ne comportăm online este foarte puțin verificat, iar anonimatul și pseudonimele sunt mult prea frecvente.

Cu acestea, tentația de a ne comporta altfel decât ne-am comporta în lumea fizică este mare. Cu toate acestea, lipsa unor ramificații imediate asupra persoanei noastre este cea care determină calitatea noastră și, ca atare, este cu atât mai important să ne menținem etica atunci când suntem online. Deși nu se pot stabili cu adevărat linii directe precise, deoarece lumea digitală este în continuă expansiune în ceea ce privește conceptele și conținutul, tot ar trebui respectate câteva principii de bază.

Potrivit lui Paul Wallbank, un expert consultant senior în tehnologie, acestea includ⁷:

- Ce este privat rămâne privat
- Nu cita greșit
- Nu plagia niciodată
- Oferă credit acolo unde este posibil
- Fii deschis cu privire la afilieri

⁷ <http://paulwallbank.com/2010/12/08/online-ethics/>

- Rezistă anonimatului
- Fii politicos
- Nu exagera

Deși depinde de fiecare dintre noi să ne servim de etica online, putem fi cu toții de acord asupra acestor principii fundamentale. În general, ar trebui să încercăm cu toții să respectăm acele valori universale acceptate în mod obișnuit ca fiind lucruri corecte de făcut în lumea fizică și poate chiar să facem un pas mai departe, fiind foarte atenți atunci când intrăm în lumea digitală. Aceasta deoarece, spre deosebire de lumea fizică, nu putem vedea sau auzi cu adevărat persoanele din spatele ecranului.

Ca atare, este greu să le evaluăm calmul. Să le cunoaștem sensibilitatea sau dacă încep să se simtă jigniți de lucrurile pe care le spunem. Dacă am fi fost în lumea fizică, comunicarea nonverbală ar fi intrat în ajutor. Totuși, cum acest lucru este imposibil de făcut în lumea digitală, cu unele excepții, așa cum sunt întâlnirile online cu ajutorul camerelor de luat vederi, este bine să ținem cont de faptul că abilitățile noastre de empatie sunt limitate acolo și, prin urmare, ar trebui depus un efort suplimentar pentru a-i ajuta.

Bunele maniere digitale

Această secțiune se suprapune în mare măsură cu cea anterioară. Distincția poate fi, într-adevăr, mică și poate că ar fi mai bine să considerăm bunele maniere digitale ca fiind un pas în plus în ceea ce privește etica online.

De exemplu, a nu mulțumi cuiva care a oferit un comentariu nu este imoral. Dar ar fi politicos să o faci, la fel cum ar fi politicos să închei fiecare e-mail cu un "mulțumesc" sau "salutări", în funcție de caz. Urmând același raționament ca și mai înainte de a nu adopta reguli stricte și rapide, există câteva standarde minime asupra cărora putem fi cu toții de acord. Cu toate acestea, trebuie remarcat faptul că, așa cum există norme culturale care pot părea ciudate pentru cei din alte culturi, la fel se întâmplă și în lumea digitală. La fel ca în lumea fizică, deși într-o măsură mai mică, societățile din lumea digitală au propriile norme.

În orice caz, bunele maniere fundamentale includ:

- Recunoașterea interesului celuilalt pentru conținutul nostru
- Evitarea utilizării lumii digitale atunci când suntem în prezența cuiva
- Respectarea regulilor fiecărui grup și instruirea noilor membri cu privire la acestea
- Să îi îndrumăm pe noii veniți
- Menținerea aceluiași nivel de respect pe care dorim să-l primim noi
- Păstrarea unui ton pozitiv și sincer
- Asigură-te că mesajul tău nu poate fi înțeles greșit, verificându-l de două ori
- Când menționezi pe cineva, pe cât posibil, lasă-l să știe că este menționat
- Lărgeste-ți perspectiva prin a nu lua lucrurile prea în serios atunci când nu ar trebui să o faci.

După cum am spus, acest domeniu se suprapune în mod semnificativ cu cel anterior. Distincția ar fi una pe care ar trebui să o facem și este nevoie de o abordare mai mult bazată pe aprecieri. Totul va depinde de situația în cauză și de numeroasele sale variabile care nu pot fi prezise. În esență, și chiar mai mult decât ceea ce facem pentru a rămâne etici online, este nevoie de o mai mare vigilență din partea noastră pentru a menține bunele maniere digitale, care ar putea fi rezumată în formula "fă altora doar ceea ce vrei ca alții să-ți facă ție".



Recursuri în cazul unui comportament neetic și necorespunzător

Deși lumea digitală oferă o anumită impunitate, ea nu este lipsită de remedii. De fapt, majoritatea mediilor digitale din cadrul lumii digitale, cum ar fi platformele și site-urile de vânzare, vor avea o anumită formă de apărare împotriva comportamentelor necorespunzătoare.

Majoritatea site-urilor de socializare, de exemplu, îți oferă o modalitate de a bloca pe cineva. Aceasta ar putea fi o soluție eficientă, rapidă și ușor de implementat. Acestea vor avea, de asemenea, o opțiune de raportare și o categorie în care se încadrează acest lucru. De exemplu, ar putea fi vorba de vânzări nesolicitate care se califică drept spam sau hărțuire, discursuri de ură, phishing, trolling, conținut explicit și așa mai departe. Administratorii rețelei de socializare vor examina apoi această postare pe care ai raportat-o și vor decide sancțiunile adecvate pe care le vor impune.

Acestea pot fi numeroase și pot varia de la refuzul de a furniza servicii până la blocarea completă. Având în vedere că multe dintre aplicațiile de socializare și de internet sunt deținute de aceleași companii, efectul asupra acestei persoane ar putea fi grav, deoarece interdicția s-ar putea extinde la o serie de alte aplicații și platforme. Ca atare, și deoarece adresa IP este urmărită în aceste cazuri, consecințele asupra autorului ar putea fi într-adevăr foarte grave. Puteți vedea, de exemplu, un articol relevant din Forbes despre ce este ransomware.

Acest lucru ne aduce la un alt punct. Asigură-te că ai citit cel puțin o dată regulile și termenii de utilizare a platformei. Aceasta va fi cea mai bună armă a ta, deoarece va descrie, în general, procedura de plângere care trebuie urmată. Dincolo de aceasta și cel puțin pentru Europa, GDPR garantează un set minim de drepturi, cel puțin în ceea ce privește informațiile personale. Majoritatea platformelor respectă acest lucru și se asigură că desemnează funcționari competenți pentru a răspunde la orice preocupare sau cerere pe care o poți avea.

Studiu de caz - Cyberbullying în America



Dincolo de UE, multe țări iau măsuri ferme pentru a aborda problema hărțuirii cibernetice și pentru a le oferi oamenilor posibilitatea de a lupta împotriva acesteia. Urmăriți aici un scurt videoclip despre hărțuirea cibernetică în America: https://www.youtube.com/watch?v=bW_Dg4588E

Auto-reflecție: Ce înseamnă pentru tine a fi „pasibil a fi urmărit penal” (prosecutable) în sensul prezentat în video?

De ce este importantă siguranța prezenței online și a comunicării

Atât lumea fizică, cât și cea digitală pot fi medii foarte productive. Cu toate acestea, la fel cum lumea fizică este plină de riscuri, la fel este și cea digitală. Prin urmare, este important nu numai să învățăm

cum să ne protejăm pe noi înșine, ci și cum să îi protejăm pe ceilalți de comportamente online necorespunzătoare.

Învățând acest lucru, vom învăța, de asemenea, cum să evităm să-i rănim pe alții. Deși uneori avem cele mai bune intenții, din cauza modului în care funcționează lumea digitală, am putea răni accidental pe cineva prin acțiunile sau omisiunile noastre. De la distribuirea de știri false fără a clarifica faptul că nu credem în povestea respectivă sau că o împărtășim doar pentru a ne distra, până la trimiterea unui mesaj care poate fi înțeles greșit, a rămâne etic online și a respecta neticheta adecvată devin din ce în ce mai importante.

De la troli până la escroci, lista celor care vor profita este lungă. Pentru aceasta ar trebui să te înarmezi cu abilitățile și cunoștințele necesare pentru a-i combate.

Deși lista este lungă, unele dintre competențele cheie care trebuie dezvoltate includ:

- Competențe de autocunoaștere: capacitatea de a cunoaște mai bine consecințele acțiunilor noastre
- Competențe mediatice: capacitatea de a naviga prin diverse forme și instrumente de conținut online cu dorința de a corecta greșelile pe care le vedem, precum și de a evita să provocăm prejudicii neintenționate altora.
- Responsabilizare: capacitatea de a ne ajuta pe noi înșine și de a-i ajuta pe alții să se protejeze împotriva comportamentelor online necorespunzătoare
- Etica digitală și bunele maniere; Capacitatea de a fi un cetățean digital moral
- Empatie: Pentru a fi mai în contact cu sentimentele altor persoane și cu modul în care conținutul le poate afecta
- Încredere: capacitatea de a-ți apăra drepturile tale și ale altora
- Motivație: înțelegerea faptului că siguranța este important

Exercițiul 5: Un masterplan în lucru 3/3

Durata: 25 minute

Instrumente: stilou, foaie de hârtie

Metode: discuții în clasă, descrierea, comparația

Descrierea exercițiului: Această sarcină va fi realizată în trei părți. În această a treia parte ești invitat să aplici măsurile de siguranță pe care le-ai învățat și să îți îmbunătățești propriul plan de acțiune în ceea ce privește prezența ta pe rețelele sociale preferate, așa cum îți dorești să fie. Împărtășești aspectele pe care dorești să le comunicii clasei și notezi care dintre temele abordate crezi că este cea mai utilă pentru a fi încorporată în planul tău.

Sarcini:

- Aduagă măsuri de siguranță la planul tău
- Scrie care dintre lucrurile abordate în acest modul ți s-au părut cele mai utile și care îți ridică probleme. Împărtășește-le colegilor tăi.
- În timp ce îți prezinți lista, profesorul o va consolida cu toate răspunsurile date de colegii tăi. De asemenea, profesorul adaugă propriile contribuții.



Erasmus+



ATHENS
LIFELONG
LEARNING
INSTITUTE

4 TEAM 4
excellence



SEAL
CYPRUS

Concluzii: Formatorul subliniază încă o dată importanța siguranței prezenței online și a comunicării. Le explică cursanților că trebuie să fie atenți să nu-și provoace prejudicii lor și celorlalți.

Lecții învățate: Că prezența electronică și siguranța comunicării sunt aspecte importante.

Forum

Obiective:

- Împărtășește diferite tipuri de comportamente neetice sau necorespunzătoare pe care le cunoști
- Acestea pot fi cazuri personale sau cazuri bine cunoscute.

Poți să notezi orice caz de comportament neetic sau necorespunzător pe care îl cunoști.

Sarcini:

- Notează cazurile de comportament neetic sau necorespunzător
- Furnizează feedback.

Lecturi suplimentare



Dreptul consumatorilor în UE. O pagină cu numeroase linkuri despre protecția consumatorilor în Uniunea Europeană care pot fi foarte utile: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints_en



Erasmus+



ATHENS
LIFELONG
LEARNING
INSTITUTE

4 TEAM 4
excellence



SEAL
CYPRUS

6. Teste de evaluare

Modulul 1

- 1) Ce este ePrezența (prezența online) în sens abstract?
 - a) Cum mă vede, în general, lumea digitală și cum mă văd eu însumi/însămi
 - b) Cum mă comport eu online
 - c) Cum se comportă ceilalți oameni online

- 2) Ce este ePrezența (prezența online) în mod specific?
 - a) Cum mă vede, în general, lumea digitală și cum mă văd eu însumi/însămi
 - b) Tot conținutul online legat de mine
 - c) Cum să rămân moral(ă) online

- 3) În medie globală, cât timp petrece o persoană pe rețelele sociale în fiecare zi?
 - a) 2,12 ore în fiecare zi
 - b) 1,2 ore în fiecare zi
 - c) 11 ore pe zi

- 4) De ce este importantă ePrezența (prezența online)?
 - a) Nu este
 - b) Pentru că lumea digitală și cea fizică sunt întrepătrunse
 - c) Este importantă doar dacă vrei să obții un loc de muncă

Modulul 2

- 1) Ce este comunicarea verbală?
 - a) Transmiterea de comenzi către computer
 - b) Mesaje transmise pe cale orală prin utilizarea cuvintelor și a vorbirii
 - c) Mesaje transmise prin intermediul textelor în social media

- 2) Ce este comunicarea nonverbală?
 - a) Mesajele transmise prin diverși stimuli și semnale nonverbale sau scrise
 - b) Mesaje transmise oral prin utilizarea cuvintelor și a vorbirii
 - c) Mesaje transmise prin intermediul textului scris



- 3) Ce este comunicarea scrisă?
 - a) Mesaje transmise pe cale orală prin utilizarea cuvintelor și a vorbirii
 - b) Comenzi vocale
 - c) Mesaje transmise prin intermediul textului scris

- 4) Ce legătură există între comunicarea verbală, nonverbală și scrisă?
 - a) Toate pornesc de la comunicarea verbală
 - b) Ele se influențează reciproc în numeroase moduri și, prin urmare, ne influențează prezența online
 - c) Nu există legătură

Modulul 3

- 1) Care este cel mai important lucru pentru a avea o prezență online de succes?
 - a) Personalitate deosebită
 - b) Bune abilități de comunicare
 - c) Publicitate

- 2) Abilitățile de comunicare online sunt diferite de la o persoană la alta?
 - a) Toate persoanele au aceleași nevoi de comunicare
 - b) Da, depind de obiectivul pe care ți-l propui
 - c) Există persoane care ar putea avea nevoie de abilități diferite, dar majoritatea nu au nevoie

- 3) Care este legătura dintre Comunicare și ePrezență (prezență online)?
 - a) Una o modelează pe cealaltă
 - b) Nu există legătură
 - c) Comunicarea decide ePrezența

- 4) Diversi algoritmi nu îți pot afecta ePrezența (prezența online):
 - a) Da, aceștia sunt doar pentru ca oamenii să își petreacă timpul în mod plăcut
 - b) În funcție de interacțiunile tale anterioare online, algoritmi decid ce conținut îți este pus la dispoziție
 - c) Doar într-o mică măsură



Modulul 4

- 1) Prezența vizuală și non-vizuală:
 - a) Sunt identice
 - b) Se completează reciproc
 - c) Nu au nicio legătură una cu cealaltă

- 2) Găsirea unei nișe înseamnă:
 - a) Câștigarea de bani
 - b) Găsirea unui domeniu în care te pricepi și a unui public care îl apreciază
 - c) Să devii faimos

- 3) Care dintre cele de mai jos ți-ar putea face prezența online mai semnificativă?
 - a) Să subliniezi problemele la care crezi deja că ai un răspuns
 - b) Să subliniezi problemele
 - c) Să evidențiezi ceea ce nu funcționează

- 4) A fi consecvent înseamnă:
 - a) Să dorești întotdeauna să îți maximizezi prezența în mediul online
 - b) Să urmezi o strategie de comunicare care să fie aceeași în toate interacțiunile tale
 - c) Să postezi întotdeauna același lucru

Modulul 5

- 1) Menținerea eticii online:
 - a) Nu este ceva de care ar trebui să mă intereseze
 - b) Este ceva foarte important, cu multe consecințe în lumea reală și digitală
 - c) Nu afectează lumea reală

- 2) Bunele maniere digitale implică:
 - a) Doar să spui mulțumesc
 - b) serie de amabilități în funcție de situație
 - c) Același lucru ca și bunele maniere din lumea reală

- 3) Orice faci online:
 - a) Poate afecta foarte mult lumea reală



- b) Rămâne online
 - c) Are un efect redus asupra lumii reale
- 4) Dacă cineva se comportă neadecvat în mediul online:
- a) Nu poți face nimic
 - b) Majoritatea mediilor online oferă soluții
 - c) Nu ar trebui să îți pese de acest tip de persoane

7. Bibliografie

- APS, 2006, How Many Seconds to a First Impression?, available at: <https://www.psychologicalscience.org/observer/how-many-seconds-to-a-first-impression>
- Axero, 2015, 41 Smart Tips to Improve Communication in the Workplace, available at: <https://axerosolutions.com/blogs/timeisenhauer/pulse/210/41-smart-tips-to-improve-communication-in-the-workplace>
- Consumer rights and complaints, 2021, Europa, available at: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints_en
- Council of Europe, 20019, Digital Citizenship Education Handbook
- Career Builder, 2019, More Than Half of Employers Have Found Content on Social Media That Caused Them NOT to Hire a Candidate, According to Recent CareerBuilder Survey, available at: <https://www.prnewswire.com/news-releases/more-than-half-of-employers-have-found-content-on-social-media-that-caused-them-not-to-hire-a-candidate-according-to-recent-careerbuilder-survey-300694437.html>
- Daily mail. 2012, 'I'm going to destroy America and dig up Marilyn Monroe': British pair arrested in U.S. on terror charges over Twitter jokes, available at: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2093796/Emily-Bunting-Leigh-Van-Bryan-UK-tourists-arrested-destroy-America-Twitter-jokes.html>
- Edward Bernays: on Propaganda and Public Relations, available at: Here: <https://www.youtube.com/watch?v=V0OrT-8gXMs>
- Eurostat, 2015, Are Europeans glued to their screens?, available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20180507-1>
- Fontenot, Karen Anding (2018). "Nonverbal communication and social cognition". *Salem Press Encyclopedia of Health*.
- Forbes, 2019, Yikes! Here Is What Happens When You Respond to Spam Emails, Plus Five Tips, available at: <https://www.forbes.com/sites/tjmccue/2020/12/31/yikes-here-is-what-happens-when-you-respond-to-spam-emails-plus-five-tips/>
- Keith Deltano, 2020, Cyberbullying Video for Schools (Lessons / Education) for Middle School and High School Students, available at: https://www.youtube.com/watch?v=bW_Dg4588E
- Paul Ekman, 2013, Outsmart Evolution and Master Your Emotions, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=pVp5pGSwZkg>
- Paul Wallbank, 2010, Online ethics, available at: <http://paulwallbank.com/2010/12/08/online-ethics/>
- Peepso, 2015, 10 People Who Were Arrested for Social Media Posts, available at: <https://www.peepso.com/people-arrested-social-media-posts/>
- Statista, 2019, Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2019, available at: <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>
- Smash Magazine, 50 Free Resources That Will Improve Your Writing Skills, available at: <https://www.smashingmagazine.com/2009/06/50-free-resources-that-will-improve-your-writing-skills/>



The enterprisers project, 2018, 10 TED talks to sharpen your communication skills, available at:
<https://enterpriseproject.com/article/2018/6/10-ted-talks-sharpen-your-communication-skills>

TopTenzNet, 2015, Top 10 Times Miscommunication Had Awful Consequences, available at:
<https://www.youtube.com/watch?v=aSRDWcEm1GA>

Wikipedia, 2021, Nonverbal communication, available at:
https://en.wikipedia.org/wiki/Nonverbal_communication

Anexe

Fișe de verificare a testelor de evaluare

Fișa de verificare a testelor de evaluare pentru Modulul 1 - răspunsuri corecte

1a

2b

3a

4b

Fișa de verificare a testelor de evaluare pentru Modulul 2 - răspunsuri corecte

1b

2a

3c

4b

Fișa de verificare a testelor de evaluare pentru Modulul 3 - răspunsuri corecte

1b

2b

3a

4b

Fișa de verificare a testelor de evaluare pentru Modulul 4 - răspunsuri corecte

1b

2b

3a

4b

Fișa de verificare a testelor de evaluare pentru Modulul 5 - răspunsuri corecte

1b

2c

3a

4b

Lista de verificare a designului instrucțional pentru lucrătorii de tineret

Nr	Criterii	Da	Nu
1. Obiective			
1.1	Obiectivele sunt stabilite în mod clar pentru cel care învață?		
1.2	Sunt cerințele cursului în concordanță cu obiectivele?		
1.3	Capitolele/subiectele acoperă în detaliu obiectivele cursului?		
1.4	Obiectivele învățării corespund rezultatelor învățării?		
1.5	Conținutul general și structura cursului îndeplinesc obiectivele de instruire ale acestuia?		
2. Structură			
2.1	Cursul are o prezentare sau un program de studiu concis și cuprinzător?		
2.2	Include cursul exemple, analogii, studii de caz, simulări, reprezentări grafice și întrebări interactive?		
2.3	Folosește structura cursului metode și proceduri adecvate pentru a măsura rezultatele învățării cursanților?		
3. Conținut			
3.1	Conținutul curge fără probleme, fără greșeli gramaticale, sintactice și de dactilografie?		
3.2	Este conținutul actualizat?		
3.3	Este conținutul aliniat cu programa școlară?		
3.4	Sunt rezultatele dorite încorporate în conținut?		
3.5	Este conținutul în conformitate cu legile privind drepturile de autor și tot materialul citat este citat corect?		
3.6	Cursul angajează studenții în gândirea critică și abstractă?		
3.7	Cursul are condiții prelabile sau necesită un background tehnic?		
4. Evaluare			
4.1	Sarcinile sunt relevante, eficiente și angajează cursanții într-o varietate de tipuri de activități?		
4.2	Întrebările practice și de evaluare sunt interactive?		
4.3	Sarcinile practice și de evaluare se concentrează pe obiectivele cursului?		
5. Tehnologie - Design			
5.1	Este designul clar și coerent, cu indicații adecvate?		
5.2	Sunt imaginile și grafica de înaltă calitate și adecvate pentru curs?		
5.3	Este cursul ușor de navigat și oferă asistență tehnică și de gestionare a cursului?		
5.4	Este structura de navigare a cursului coerentă și fiabilă?		
5.5	Sunt definite cerințele de hardware și software ale cursului?		
5.6	Este sincronizat textul audio și cel de pe ecran?		
5.7	Arhitectura cursului permite instructorilor să adauge conținut, activități și evaluări suplimentare?		

Feedback pe subiect pentru tineri

Evaluarea modulului						
Titlul cursului:						
Titlul modulului:						
Partea A:	Pe o scală de la 1 la 5, unde 1 reprezintă cel mai scăzut și 5 cel mai ridicat nivel de acord, indicați ce părere aveți despre următoarele aspecte					
Observații		1	2	3	4	5
1	Subiectul a fost interesant					
2	Cred că subiectele abordate au fost importante					
3	Mi-ar plăcea să aflu mai multe despre acest domeniu					
4	Am învățat lucruri noi pe care probabil le voi aplica în viitor					
5	Aș dori să îmi îmbunătățesc competențele în domeniu					
6	Este posibil să recomand acest curs					
Partea B:	În spațiul prevăzut, vă rugăm să includeți orice comentariu sau recomandare pe care doriți să o faceți.					
Partea C:	În spațiul prevăzut, vă rugăm să includeți adresa dvs. de e-mail, dacă doriți să fiți ținut la curent cu acest proiect.					

