



## **D2.1 – Intervention model με υλικά για το σεμινάριο ΙΟΥΛΙΟΣ 2023**

**Lead beneficiary: Aretès**

**Authors: ARETES (Giovanni Bursi, Valeria Ferrarini, Raffaella Fomini); DATEY (Erica Eyrich, Ursula Rudzki); DIVERSITY&INCLUSION (Marilena Stathopoulou); BY FACILITY SL/DDS (Marta Trzaska, Natalia Santolaria); EU DIASPORA COUNCIL (Hans Andersson); THE FUTURE NOW ASSOCIATION (Natalie Jivkova, Raya Tsvetkova, Ali Honaramiz); PROVINCIA DI MODENA (Irene Calzolari).**

## HEY PEOPLE PROJECT – ΣΥΝΟΨΗ ΕΡΓΟΥ

Ο διαχωρισμός των φύλων μεταξύ των επαγγελματικών τομέων και μεταξύ των τομέων σπουδών είναι μια καλά τεκμηριωμένη, βαθιά ριζωμένη ανισότητα στην ΕΕ. Οι γυναίκες εξακολουθούν να αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος της απασχόλησης στην εκπαίδευση, την ανθρώπινη υγεία και την κοινωνική μέριμνα (πάνω από 70 %), καθώς και των υπηρεσιών, των πωλήσεων και των υπαλλήλων γραφείου (πάνω από 60 %).

Τα παιδιά εκτίθενται σε ρόλους των φύλων από μικρή ηλικία.

Πρώτα από 'όλα, τα παιδιά και τα νέα άτομα εκτίθενται στους ρόλους των φύλων από το άμεσο περιβάλλον τους μέσω των γονέων, των συνομηλίκων και των δασκάλων τους, αλλά και μέσω της εκπαίδευσης, των μέσων ενημέρωσης και της λαϊκής κουλτούρας. Τα παραδοσιακά στερεότυπα φύλου σχετικά με τους ρόλους στην επαγγελματική ζωή διαιωνίζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συχνά επιδεινώνονται στο διαδίκτυο. Η διαδικτυακή συμπεριφορική διαφήμιση είναι μόνο ένα παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν αυτά τα επιβλαβή στερεότυπα φύλου.

**HEY PEOPLE!** Το έργο σκοπεύει να αντιμετωπίσει τα στερεότυπα φύλου μεταξύ των νέων με έμφαση στις στερεότυπες αναπαραστάσεις επαγγελματικών ρόλων και ευκαιριών σταδιοδρομίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

### ΚΥΡΙΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

- Καταπολέμηση των στερεοτύπων που αφορούν το φύλο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με ιδιαίτερη προσοχή στα στερεότυπα που

επηρεάζουν τις επιλογές σταδιοδρομίας των νέων ατόμων.

- Αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τους υφιστάμενους μηχανισμούς που ενισχύουν τα στερεότυπα φύλου που σχετίζονται με τους επαγγελματικούς ρόλους·

- Η προώθηση ένενός διαφορετικού τρόπου επικοινωνίας/εκπροσώπησης των ρόλων των φύλων που σχετίζονται με τις ευκαιρίες σταδιοδρομίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

### ΚΥΡΙΕΣ ΟΜΑΔΕΣ-ΣΤΟΧΟΙ

- Πρώτα απ 'όλα, το HEY PEOPLE σκοπεύει να βελτιώσει τις στερεοτυπικές «ικανότητες φύλου» που καλλιεργούνται στα νέα άτομα βοηθώντας τα να αντιμετωπίσουν τα στερεότυπα φύλου και τις στερεότυπες αναπαραστάσεις επαγγελματικών ρόλων και ευκαιριών σταδιοδρομίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Δεύτερον, το έργο θέλει να βελτιώσει τις ικανότητες των ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ / ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ που θα λάβουν μέρος σε όλες τις δραστηριότητες κατάρτισης / εργαστηρίου προωθώντας μια αλλαγή προοπτικής στην επικοινωνία των ρόλων των φύλων που σχετίζονται με την αγορά εργασίας.
- Τρίτον, το HEY PEOPLE θα ήθελε να αναπτύξει τις δεξιότητες των βασικών ομάδων-στόχων (δηλ. διευθυντικά στελέχη ανθρώπινου δυναμικού, υπεύθυνοι/ες για τις εργασιακές πολιτικές σε ιδιωτικούς/δημόσιους οργανισμούς, τομείς τυπικής και άτυπης εκπαίδευσης και επιχειρήσεις) ξεκινώντας από το περιεχόμενο των «Κατευθυντήριων Γραμμών Επικοινωνίας για τη Διαχείριση της Δημιουργικής Πολυμορφίας» που θα βοηθήσουν να αποφύγουν τα στερεότυπα φύλου σε σχέση με τους επαγγελματικούς ρόλους.

### ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ

Το ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ περιέχει το μοντέλο παρέμβασης στα social media, έχει αναπτυχθεί με στόχο να προσφέρει μια ολοκληρωμένη πορεία κατάρτισης για την αύξηση της ευαισθητοποίησης των νέων ατόμων σχετικά με τα στερεότυπα φύλου που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την ηλεκτρονική επικοινωνία, και σχετίζονται με την αγορά εργασίας, καθώς και να αυξήσει την ικανότητά τους να παράγουν εναλλακτικές αφηγήσεις και αναπαραστάσεις στους επαγγελματικούς ρόλους.

Συγκεκριμένα, το ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ περιλαμβάνει πρακτικές οδηγίες για τον τρόπο υλοποίησης ενός κύκλου 8 εκπαιδευτικών ενοτήτων που εστιάζουν στα ακόλουθα θέματα:

1. ΕΝΟΤΗΤΑ n.1 - Υφιστάμενες προκαταλήψεις στην αγορά εργασίας, με έμφαση στα τρέχοντα συστήματα επικοινωνίας/ εκπροσώπησης - Ανάλυση στερεοτύπων για τους ρόλους των φύλων στον χώρο εργασίας και πώς παρουσιάζονται αυτά στα μέσα ενημέρωσης, με έμφαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης/ψηφιακή επικοινωνία
1. ΕΝΟΤΗΤΑ n.2 - Ανάλυση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τη νοοτροπία των νέων ατόμων και ανάλυση εσωτερικών προκαταλήψεων.
2. ΕΝΟΤΗΤΑ n.3 - Ανάλυση του τρόπου λειτουργίας των κοινωνικών μέσων, και ανάλυση της γλώσσας που χρησιμοποιείται από τα κοινωνικά μέσα.
3. ΕΝΟΤΗΤΑ n.4 - Προσδιορισμός και συζήτηση των βέλτιστων πρακτικών σχετικά με τον τρόπο επικοινωνίας αποφεύγοντας τα στερεότυπα φύλου στην αγορά εργασίας.
4. ΕΝΟΤΗΤΑ n.5 - Προσδιορισμός των παραγόντων που διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρέχοντος οικοσυστήματος (τον στόχο και τα κριτήριά τους).

5. ΕΝΟΤΗΤΑ n.6 - Πώς οικοδομείται μια αφήγηση, αποφεύγοντας τα στερεότυπα φύλου.
6. ΕΝΟΤΗΤΑ n.7 - Δημιουργία εργαλειοθήκης για την αντιμετώπιση της αγοράς εργασίας.
7. ΕΝΟΤΗΤΑ n.8 - Πώς οικοδομείται μια προσωπική αφήγηση για να είστε παρόντες στην αγορά εργασίας και σχεδιασμός δράσης

## **ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ**

Το ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ έχει σχεδιαστεί για να υποστηρίξει εκπαιδευτικούς, εκπαιδευτριες/τές, εκπαιδευτικούς, επαγγελματίες που εργάζονται με νέους σε δραστηριότητες ευαισθητοποίησης που επικεντρώνονται στα στερεότυπα φύλου, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στην ηλεκτρονική επικοινωνία.

Ειδικότερα, τα σεμινάρια κατάρτισης έχουν σχεδιαστεί για νέους ηλικίας 16-25 ετών. Κάποιοι από τις δραστηριότητες και πρακτικές ασκήσεις που προτείνονται στις ενότητες, ενδείκνυνται για τα «νεότερα άτομα» (ηλικίας 16-18 ετών) και άλλες για την ηλικιακή ομάδα 20-25 ετών.

## **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Η εκπαίδευση βασίζεται σε δύο κύριες προσεγγίσεις: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ και ΚΟΙΝΩΝΙΟΘΕΡΑΠΕΙΑ είναι μια διαδικασία κατάρτισης και μάθησης που ενισχύει την ικανότητα των ανθρώπων να προσχωρούν σε μέσα επικοινωνίας, να αναλύουν και να αξιολογούν τα μηνύματα και τις τεχνικές τους και να παράγουν δικά τους μηνύματα με διαφορετικό τρόπο. Τα μέσα ενημέρωσης προτείνουν ιδέες και εικόνες που επηρεάζουν την αντίληψή μας για την πραγματικότητα ενώ η διεισδυτικότητά τους αυξάνεται λόγω της εξάπλωσης των νέων τεχνολογιών. Ωστόσο, η αναπαράσταση της πραγματικότητας δεν είναι αντικειμενική. Μέσω της της μεθόδου ΜΕ, τα νέα άτομα θα ερμηνεύσουν και θα κρίνουν συνειδητά τα

μηνύματα των μέσων ενημέρωσης σχετικά με τους ρόλους, τα στερεότυπα και τις συμπεριφορές των φύλων και θα γίνουν πιο ενάρητοι/ες χρήστες των μέσων ενημέρωσης. Προκειμένου να είναι πιο αποτελεσματικό το μοντέλο προβλέπει διαδραστικές, βιωματικές δραστηριότητες, καθώς αυτό διεγείρει τη μάθηση, την ενσυναίσθηση και την αλλαγή συμπεριφοράς. Οι συμμετέχουσες/οντες έχουν ενεργό ρόλο στην εκμάθηση, για παράδειγμα, παίζοντας έναν στερεότυπο ρόλο και καλούνται να αισθανθούν συναισθήματα που συνδέονται με τις διαδικτυακές στερεότυπες αναπαραστάσεις των ρόλων των φύλων. Τα νέα άτομα θα προβληματιστούν για τα συναισθήματά τους ως κοινό και ως εμπλεκόμενοι/ες χαρακτήρες, θα γίνουν θα γίνουν πιο συνειδητοί/ες για τις βλαβερές συνέπειες αυτών των αναπαραστάσεων.

Το μοντέλο ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ θα συνδυαστεί με την προσέγγιση ΚΟΙΝΩΝΙΟΘΕΡΑΠΕΙΑ για την αντιμετώπιση προβλημάτων που προκαλούνται από απληροφόρητη και λανθασμένη χρήση των νέων τεχνολογικών μέσων (Benvenuti L., "Malattie mediali", 2002; Benvenuti L., "Lezioni di socioterapia", 2008). Εστιάζοντας στην επικοινωνία, που νοείται ως διαδικασία που στοχεύει να επηρεάσει τις συμπεριφορές και τις σχέσεις των ανθρώπων (M. McLuhan, "The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man", M. Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants", 2001). Μέσω της ανάλυσης της αλλαγής συμπεριφοράς, η ΚΟΙΝΩΝΙΟΘΕΡΑΠΕΙΑ θα: 1) περιγράψει συγκεκριμένες αναπαραστάσεις διαφορετικών παραγόντων, προτείνει διαφορετική χρήση των νέων τεχνολογιών και θα αναπτύξει προσωπική κριτική ικανότητα αντιμετώπισης στερεοτυπικών αναπαραστάσεων των ρόλων των φύλων 2) παράσχει πληροφορίες σχετικά με τον αντίκτυπο του μοντέλου παρέμβασης στα social media σε σχέση με την αντίληψη των νέων ατόμων για το περιεχόμενο του έργου 3) παράσχει ανατροφοδότηση σχετικά με τα δυνατά

και αδύνατα σημεία του μοντέλου παρέμβασης στα social media.

## ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Το μοντέλο παρέμβασης σχεδιάστηκε από κοινού από όλους τους εταίρους του έργου HEY PEOPLE, με συντονιστή την Aretès, ως κύριο αποτέλεσμα του WP2 – Task 2.1 "Ορισμός του μοντέλου παρέμβασης: πρόγραμμα, περιεχόμενα, υλικά και μεθοδολογία». Προκειμένου να σχεδιαστεί από κοινού το μοντέλο, δημιουργήθηκε μια ομάδα εμπειρογνομόνων με διαφορετικό εκπαιδευτικό υπόβαθρο και επαγγελματική εμπειρία: κοινωνιολόγοι, εκπαιδευτές/τριες, εκπαιδευτικοί, ειδικοί στην εκπαίδευση στα μέσα ενημέρωσης, εμπειρογνώμονες στην επικοινωνία στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η διαδικασία συν-σχεδιασμού απαιτήσε αρκετές συναντήσεις δημιουργίας ιδεών, προκειμένου να καθοριστεί η προσέγγιση και η γενική δομή ολόκληρης της εκπαιδευτικής δομής. Τα θέματα και τα υποθέματα της εκπαιδευτικής δομής αναπτύχθηκαν ξεκινώντας από 3 κύριες θεματικές ενότητες:

1. Το οικοσύστημα, πώς μοιάζει ο κόσμος: ανάλυση της γλώσσας και των μηχανισμών επικοινωνίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του τρόπου λειτουργίας των κοινωνικών μέσων, ανάλυση της διαφήμισης και της εταιρικής γλώσσας, ασυνείδητες προκαταλήψεις (εξωτερική ανάλυση και προσωπική αντίληψη)
2. Ποιες είναι οι ορθές πρακτικές που αποσκοπούν στην αλλαγή αυτής της πραγματικότητας
3. Εργαλεία για τους νέους ώστε να δημιουργήσουν μια προσωπική αφήγηση για να είναι παρόντες στην αγορά εργασίας

Μετά τις κύριες θεματικές ενότητες καθορίστηκαν τα αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα, οι δραστηριότητες και τα λεπτομερή θέματα και περιεχόμενα των ενοτήτων.



Το πρώτο προσχέδιο του μοντέλου παρέμβασης δοκιμάστηκε κατά τη διάρκεια μιας 3ήμερης εκπαίδευσης των εκπαιδευτών, που πραγματοποιήθηκε στη Σουηδία, όπου συμμετείχαν δύο εκπαιδευτές/τριες ανά εταίρο προκειμένου να παρουσιάσουν και να προσομοιώσουν κάθε ενότητα, να συζητήσουν περαιτέρω βελτιώσεις.

Μετά την εκπαίδευση των εκπαιδευτών, το μοντέλο αναθεωρήθηκε και ολοκληρώθηκε με περισσότερο λεπτομερή περιεχόμενα και παραδείγματα πρακτικών δραστηριοτήτων.

### **ΠΩΣ ΝΑ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ**

Η συνολική εκπαίδευση αναλύεται σε 8 συνεχόμενες ενότητες και πρέπει να τηρείται η σειρά των συνεδριών για να διασφαλιστεί μια αποτελεσματική διαδρομή κατάρτισης. Ωστόσο, κάθε ενότητα είναι αυτόνομη, επιτρέποντας στους εκπαιδευτές να τη χρησιμοποιούν ανεξάρτητα από τις άλλες.

Κάθε εκπαιδευτική συνεδρία έχει σχεδιαστεί για να υλοποιηθεί σε ένα μάθημα διάρκειας 2/3 ωρών και περιλαμβάνει ένα σύνολο πρακτικών δραστηριοτήτων, εργαλείων, ασκήσεων και πόρων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την τόνωση συζητήσεων, δημιουργίας ιδεών και οργάνωσης ομαδικών δραστηριοτήτων. Κάθε ενότητα ακολουθεί την ίδια δομή:

1. Εισαγωγή/προθέρμανση
2. Ανάλυση δεδομένων/μοντέλων επικοινωνίας/αναπαραστάσεων
3. Πρακτικές ασκήσεις και δραστηριότητες για συζήτηση, ενεργή συμμετοχή ατόμων και παιχνίδια ρόλων
4. Προβληματισμός, ερωτήσεις, ανατροφοδότηση
5. Υλικά που θα χρησιμοποιηθούν κατά τη διάρκεια της συνεδρίας
6. Πρόσθετοι πόροι

Κάθε συνεδρία περιλαμβάνει την επεξήγηση των γενικών στόχων, των αναμενόμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων και μια σύντομη εισαγωγή του θέματος.

Όλα τα ειδικά σχήματα/υποδείγματα δραστηριοτήτων, που αναφέρονται στις ενότητες, περιλαμβάνονται ως παραρτήματα στο τέλος του ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ.

Το ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ περιλαμβάνει επίσης ένα ερωτηματολόγιο που θα χρησιμοποιηθεί στο τέλος της εκπαίδευσης, προκειμένου να αξιολογηθεί η αποτελεσματικότητα των προτεινόμενων δραστηριοτήτων, το περιεχόμενο και να αξιολογηθεί η συνολική μαθησιακή εμπειρία.

## INDEX

### Περιεχόμενα

<b>ΕΝΟΤΗΤΑ n.1 - Υφιστάμενες προκαταλήψεις στην αγορά εργασίας και ανάλυση στερεοτύπων για τους ρόλους των φύλων στον χώρο εργασίας.</b>	<b>7</b>
<b>ΕΝΟΤΗΤΑ n.2 - Ανάλυση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τη νοοτροπία των νέων.</b>	<b>11</b>
<b>ΕΝΟΤΗΤΑ n.5 - Προσδιορίστε και γνωρίστε τους βασικούς παράγοντες που διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρέχοντος οικοσυστήματος (τον στόχο και τα κριτήριά τους)</b>	<b>35</b>
<b>Υπεύθυνοι εταιρείς: Province of Modena</b>	<b>35</b>
<b>ΕΝΟΤΗΤΑ n.6 - Πώς να 'χτίσουμε' μια αφήγηση/ιστορία αποφεύγοντας τα στερεότυπα φύλου.</b>	<b>42</b>
<b>ΕΝΟΤΗΤΑ n.7 - Δημιουργία εργαλειοθήκης για την αντιμετώπιση στερεοτύπων στην αγορά εργασίας</b>	<b>46</b>
<b>ΕΝΟΤΗΤΑ No.8 - Δημιουργήσετε μια προσωπική αφήγηση που σας προβάλλει στην αγορά εργασίας</b>	<b>56</b>
<b>Υπεύθυνος εταιρείας: TFN</b>	<b>56</b>

## ΕΝΟΤΗΤΑ η.1 - Υφιστάμενες προκαταλήψεις στην αγορά εργασίας και ανάλυση στερεοτύπων για τους ρόλους των φύλων στον χώρο εργασίας.

### Γενικοί στόχοι

Αυτή η ενότητα αυξάνει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τα στερεότυπα στις θέσεις εργασίας και επικεντρώνεται στην ανάπτυξη των φιλοδοξιών των μαθητών και μαθητριών και στη διεύρυνση των επαγγελματικών ευκαιριών, απαλλαγμένων από έμφυλους περιορισμούς. Μέσα από αυτή την ενότητα, τα νέα άτομα θα μάθουν να κατανοούν τα στερεότυπα φύλου και τις προκαταλήψεις που υπάρχουν στην εκπροσώπηση των επαγγελματικών ρόλων με στόχο μεγαλύτερη ισότητα και ένταξη στην επαγγελματική ζωή των νέων ατόμων.

### Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

1. Εξερεύνηση των προτύπων οριζόντιου διαχωρισμού φύλου στην αγορά εργασίας και τους συνδέσμους με τις εκπαιδευτικές επιλογές και την πορεία σταδιοδρομίας.
2. Βελτιωμένες δεξιότητες κριτικής σκέψης και ικανότητα για ανάλυση και αμφισβήτηση των στερεοτύπων στον χώρο εργασίας και τα μέσα ενημέρωσης.
3. Ενισχυμένη ευαισθητοποίηση για τον τρόπο με τον οποίο τα συστήματα επικοινωνίας και αναπαράστασης μπορούν να επηρεάσουν τους ρόλους των φύλων και τις επαγγελματικές ευκαιρίες.
4. Μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση στην υπεράσπιση των προσωπικών επιλογών και των άλλων ατόμων στον χώρο εργασίας.
5. Αυξημένη εκτίμηση της ποικιλομορφίας και της συμπεριληπτικής επικοινωνίας κοινωνίας στον χώρο εργασίας και γενικότερα στην κοινωνία.

### Σύντομη εισαγωγή του θέματος

Η επιλογή μιας επαγγελματικής σταδιοδρομίας επηρεάζεται από την εκπροσώπηση των στερεοτύπων φύλου στους επαγγελματικούς ρόλους και τις ευκαιρίες που φαίνονται διαθέσιμες. Αυτά τα στερεότυπα δημιουργούνται από μικρή ηλικία, καθώς όλα τα παιδιά εκτίθενται σε επαγγελματικά πρότυπα μέσω της οικογένειας, της κοινωνίας και των μέσων ενημέρωσης. Ενώ τα αγόρια φιλοδοξούν για παραδοσιακά ανδροκρατούμενα επαγγέλματα, τα κορίτσια δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για ρόλους που σχετίζονται με τη φροντίδα. Οι τάσεις αυτές εξακολουθούν να υφίστανται και στην ενήλικη ζωή, με τα στερεότυπα φύλου να έχουν ισχυρό αντίκτυπο στις θεματικές επιλογές και στους τύπους σταδιοδρομίας που γνωρίζουν και φιλοδοξούν να ακολουθήσουν τα νέα άτομα.

Αυτή η ενότητα στοχεύει στην εκπαίδευση των νέων ατόμων σχετικά με τις υπάρχουσες προκαταλήψεις και στερεότυπα στην αγορά εργασίας και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που μπορούν να εμποδίσουν την επαγγελματική τους ανάπτυξη και να περιορίσουν τις ευκαιρίες

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.1 - Υφιστάμενες προκαταλήψεις στην αγορά εργασίας και ανάλυση στερεοτύπων για τους ρόλους των φύλων στον χώρο εργασίας.

σταδιοδρομίας τους. Θα διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο τα συστήματα επικοινωνίας και εκπροσώπησης επηρεάζουν τα στερεότυπα σχετικά με τους ρόλους των φύλων στον χώρο εργασίας και θα παράσχει στα νέα άτομα τις δεξιότητες κριτικής σκέψης για να αναλύσουν και να αμφισβητήσουν αυτές τις προκαταλήψεις. Αυτή η ενότητα θα ενισχύσει επίσης την κατανόησή τους για το πώς η ποικιλομορφία και η ένταξη μπορούν να προωθήσουν ένα πιο δίκαιο και επιτυχημένο περιβάλλον εργασίας.

**Προτεινόμενες δραστηριότητες της ενότητας - χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και βοηθητικό υλικό!**

### 1. Εισαγωγή (10')

- Γενική εισαγωγή για όλο το εργαστήριο, ειδικοί στόχοι της 1ης ενότητας
- Δραστηριότητα γνωριμίας: ζητήστε από τους συμμετέχοντες να συστηθούν και να μοιραστούν τις προσδοκίες τους (στο post-it)

### 2. ΟΜΑΔΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ (30'): Πραγματικά παραδείγματα από νέα άτομα για τις προκαταλήψεις και τα στερεότυπα που έχουν συναντήσει.

- Ζητήστε από τους μαθητές και τις μαθήτριες να κάνουν δύο λίστες. Στην πρώτη λίστα, θα πρέπει να αναφέρουν τα επαγγέλματα από 10 έως 20 γυναίκες που γνωρίζουν προσωπικά (π.χ. μέλη της οικογένειας, γείτονες, φίλοι). Στη δεύτερη λίστα, θα πρέπει να κάνουν το ίδιο, αλλά για 10 έως 20 άνδρες.
- Ζητήστε από τους μαθητές και τις μαθήτριες να χωριστούν σε ομάδες και να αναλύσουν τις λίστες που συμπλήρωσαν, να καθορίσουν τα μοτίβα και να εξηγήσουν τους λόγους για τις διαφορές που παρατηρήθηκαν.

#### ΙΔΕΕΣ ΓΙΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗ

##### Συζητήστε τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Ποιες διαφορές βρήκατε στις δυο λίστες; Πώς σας κάνουν να αισθάνεστε οι διαφορές στις λίστες σας;
- Μπορούν όλα τα φύλα να κάνουν όλες τις δουλειές που παρουσιάζονται σήμερα; Αντιστρέψτε τις λίστες.
- Γιατί πιστεύετε ότι διαφορετικά φύλα καταλήγουν να επιλέγουν ΜΕ διαφορετικές σταδιοδρομίες;
- Μπορούμε να παρατηρήσουμε τα ίδια μοτίβα στο σχολείο; Έχουν τα κορίτσια και τα αγόρια την τάση να επιλέγουν θέματα που σχετίζονται με το φύλο τους; Ταιριάζετε (ως κορίτσι / ως αγόρι) στο μοτίβο;
- Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν τις εκπαιδευτικές και επαγγελματικές επιλογές των κοριτσιών και των αγοριών



## ΕΝΟΤΗΤΑ n.1 - Υφιστάμενες προκαταλήψεις στην αγορά εργασίας και ανάλυση στερεοτύπων για τους ρόλους των φύλων στον χώρο εργασίας.

(οικογενειακές αναφορές και προσδοκίες, συμπάθειες και αντιπάθειες για ορισμένα σχολικά μαθήματα, συνθήκες εργασίας);

· Γιατί είναι σημαντικές οι αποφάσεις σταδιοδρομίας στη ζωή ενός ατόμου; Πώς επηρεάζουν τη ζωή ενός ατόμου;

### 3. Παρουσίαση (30'): Έμφυλα στερεότυπα στις αναπαραστάσεις επαγγελματικών ρόλων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα στερεότυπα στις προσλήψεις (μόνο για 18-28).

Η παρουσίαση ξεκινά με τη παρουσίαση Βίντεο εισαγωγής στο θέμα και έπειτα η παρουσίαση των θεματικών:

- [Μια τάξη που ανέτρεψε τις υποθέσεις των παιδιών για τους ρόλους των φύλων!](#)
- [Ροζ ή μπλε ποίημα της Hollie McNish](#)

#### ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ

- Παρουσίαση θεωρίας: Τι είναι τα στερεότυπα, γιατί τα αναπαράγουμε;  
(Δείτε το [θεωρητικό μέρος: Ορισμός και διορατικότητα](#))
- Παρουσίαση των προκαταλήψεων που υπάρχουν σε επαγγελματικούς τομείς ανά τομέα ([πληροφορίες, σχετικές έρευνες, βίντεο](#))  
(δείτε παρακάτω τη λίστα με τα βίντεο στο πλαίσιο πρόσθετοι πόροι)
- Παρουσίαση διαφορετικών τύπων επικοινωνίας με προκαταλήψεις και των πεδίων που συναντάμε μεροληπτικές επικοινωνίες, σε πραγματικά παραδείγματα (Πεδία, τύποι και πλατφόρμες επικοινωνίας)

### 4. Εργασία (45'): Ανάλυση 3 περιπτώσεων αναπαράστασης των ρόλων των φύλων στο χώρο εργασίας από τα μέσα ενημέρωσης και προτείνετε στρατηγικές για τη βελτίωση αυτής της εκπροσώπησης και της επικοινωνίας.

Για την εργασία χωρίστε το group σε μικρές ομάδες και, στη συνέχεια, οι ομάδες θα παρουσιάσουν την ανάλυση.

Επιπλέον, παρουσίαση 2 παραδειγμάτων βέλτιστων πρακτικών/αναπαραστάσεων διαφορετικότητας και ένταξης στον χώρο εργασίας\*

(δείτε το βίντεο [The Interviewer - Captions & Audio Description](#) ή δείτε το έγγραφο: [Ποιες είναι μερικές βέλτιστες πρακτικές για τη δημιουργία εκστρατειών κοινωνικών μέσων χωρίς αποκλεισμούς και με σεβασμό;](#))

#### Ανακεφαλαίωση & Συμπεράσματα (20')

1. Αξιολογήστε τους αρχικούς στόχους.

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.1 - Υφιστάμενες προκαταλήψεις στην αγορά εργασίας και ανάλυση στερεοτύπων για τους ρόλους των φύλων στον χώρο εργασίας.

	<ol style="list-style-type: none"><li>2. Συνεδρία ερωτήσεων και απαντήσεων</li><li>3. Εργασίες για επερχόμενη συνεδρία &amp; υλικό</li></ol> <b>Λήξη της ενότητας</b>
<b>Υλικά εργαλεία και που απαιτούνται</b>	Πρόσβαση στο Internet, πίνακας, βίντεο, περιοδικά, προβολέας, φορητοί υπολογιστές/ipad, πρόσβαση στο διαδίκτυο, λευκοί πίνακες, οπτικοακουστικό σύστημα, post-it
<b>Πρόσθετοι πόροι</b>	<p>Videos για την παρουσίαση:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <a href="#">Fighting Gender Bias in the Workplace</a></li><li>2. <a href="#">How to design gender bias out of your workplace</a></li><li>3. <a href="#">Why does gender inequality in Europe still exist?</a></li><li>4. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=2u8ea9oMTqc">https://www.youtube.com/watch?v=2u8ea9oMTqc</a></li><li>5. <a href="#">Same Work. Different Words. -- Unconscious Gender Bias in Hiring.</a></li><li>6. <a href="#">What works for you? Breaking down career choice stereotypes</a></li></ol> <p>Άλλα έγγραφα:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <a href="#">Women's situation in the labour market</a></li><li>2. <a href="#">"This Gig Is Not for Women": Gender Stereotyping in Online Hiring - Hernan Galperin, 2021</a></li></ol>

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.2 - Ανάλυση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τη νοοτροπία των νέων.

<b>Γενικοί στόχοι</b>	Αυτή η ενότητα στοχεύει στην ευαισθητοποίηση των νέων ατόμων σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλουν στη δημιουργία και τη διαμόρφωση του πολιτισμού και της σκέψης, καθώς και των προκαταλήψεων και των στερεοτύπων. Η ενότητα θα βοηθήσει επίσης τα νέα άτομα να προβληματιστούν σχετικά με το στυλ επικοινωνίας τους στα κοινωνικά δίκτυα.
<b>Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Γνώση για τον εντοπισμό στερεοτυπικών στοιχείων σε ένα κοινωνικό μήνυμα.</li><li>2. Απόκτηση γνώσεων για την τροποποίηση της επικοινωνίας κάποιου ατόμου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προκειμένου να γίνει πιο αντιπροσωπευτική του εαυτού του, απαλλαγμένη από στερεοτυπικά στοιχεία και απαλλαγμένη από εξαρτήσεις.</li></ol>
<b>Σύντομη εισαγωγή του θέματος</b>	<p>Ο κόσμος της εργασίας έχει επίσης καταλάβει τους εικονικούς χώρους των κοινωνικών δικτύων που κάποτε ήταν αποκλειστικά για την ανταλλαγή προσωπικών σχέσεων. Οι εταιρείες γνωρίζουν καλά ότι αυτό είναι πλέον το εργαλείο για να προσεγγίσουν όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους.</p> <p>Είναι σημαντικό για τα νέα άτομα να συνειδητοποιήσουν ότι τα κοινωνικά δίκτυα είναι επίσης βασικοί παράγοντες όσον αφορά την πρόσληψη προσωπικού, είτε πρόκειται για την αναζήτηση επαγγελματιών σε διάφορους τομείς είτε για να ρίξουν μια ματιά στην ταυτότητα των υποψηφίων.</p> <p>Τα κοινωνικά δίκτυα αντιπροσωπεύουν ένα από τα εικονικά μέρη που συχνάζουν περισσότερο οι νεότερες γενιές, το περιεχόμενο παράγεται εν μέρει αυθόρμητα από τους/τις χρήστες και εν μέρει το αποτέλεσμα στρατηγικών μάρκετινγκ που προωθούνται από εταιρείες με άμεσο τρόπο, μέσω επιλεγμένων επιρροών ή μέσω της δημιουργίας ψεύτικων λογαριασμών. Έχουν γίνει πολλές μελέτες σχετικά με το ρόλο που διαδραματίζουν τα νέα μέσα στην ανάπτυξη ορισμένων σημαντικών παθολογιών που επηρεάζουν τα νέα άτομα: διατροφικές διαταραχές, αϋπνία, άγχος κ.λπ., αλλά είναι σημαντικό να προβληματιστούμε για το γεγονός ότι διαδραματίζουν επίσης σημαντικό ρόλο στην καθοδήγηση των επιλογών και των σκέψεών τους.</p> <p>Στην τεχνολογική εποχή στην οποία ζούμε, όλα τα άτομα έχουμε γίνει πιο ευάλωτοι στη χειραγώγηση και την «προκατάληψη επιβεβαίωσης», καθώς οι αλγόριθμοι μας προτείνουν συνεχώς περιεχόμενο που είναι σύμφωνο όχι μόνο με αυτό που πιστεύουν ότι είναι τα γούστα μας αλλά και με τις απόψεις μας, χτίζοντας έτσι ένα είδος καθησυχαστικής φούσκας που κινδυνεύουμε να διαβάσουμε ως τη μόνη πραγματικότητα.</p>
<b>Προτεινόμενες δραστηριότητες της ενότητας -</b>	<b>1. Εισαγωγή και προθέρμανση (15')</b> Σύνδεση με προηγούμενη συνεδρία Εισαγωγή στην τρέχουσα ενότητα

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.2 - Ανάλυση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τη νοοτροπία των νέων.

χρονοδιάγραμμα  
υλοποίησης και  
βοηθητικό υλικό!

### 2. **ΑΣΚΗΣΗ: Άνοιγμα των κοινωνικών δικτύων μου (60')**

Τα άτομα που συμμετέχουν καλούνται να ανοίξουν το 'αγαπημένο τους' μέσο κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν περισσότερο. Μοιράζεται η **φόρμα "Έρευνα δεδομένων κοινωνικού δικτύου"** (δείτε βοηθητικά υλικά) στα άτομα που συμμετέχουν για να τη συμπληρώσουν σύμφωνα με το περιεχόμενο που ζητάται. Η κάρτα παραθέτει τους τύπους περιεχομένου που προτείνονται από τα επιλεγμένα μέσα και σκοπός είναι να εντοπιστεί το περιεχόμενο που είναι στερεοτυπικό.

Τα άτομα που συμμετέχουν χωρίζονται σε ομάδες τεσσάρων ατόμων που θα πρέπει να συμπληρώσουν την κάρτα (8 post) και να επισημάνουν τυχόν διαφορές μεταξύ ανδρών, γυναικών ή/και non-binary ατόμων.

*Εναλλακτικά:* Για αυτή την άσκηση αντί για την κάρτα, μπορεί να δημιουργηθεί ένα τεστ αξιολόγησης για το κατά πόσο ένα άτομο επηρεάζεται από στερεότυπα, με βάση τις αναπαραστάσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

*Παράδειγμα τεστ αξιολόγησης:*

- Χωρίστε τα νέα άτομα σε υποομάδες.
- Σε κάθε υποομάδα ζητάτε να προσδιορίσει 10 κύρια στοιχεία που χαρακτηρίζουν τα άτομα που υπόκεινται σε στερεότυπα (π.χ.: οι γυναίκες είναι αυτές που πρέπει να φροντίζουν τα παιδιά, ή να αναφέρουν τις θέσεις εργασίας των γυναικών και των ανδρών κ.λπ.).
- Για κάθε χαρακτηριστικό που προσδιορίζεται, σκεφθείτε την διατύπωση μιας άμεσης ερώτησης "πιστεύετε ότι οι γυναίκες πρέπει κυρίως να φροντίζουν τα παιδιά;" ή που λαμβάνεται με την προβολή μιας εικόνας ή ως σχόλιο σε ένα βίντεο (π.χ.: "Συμφωνείτε με το μήνυμα του βίντεο;")
- Βαθμολογείτε τις απαντήσεις προκειμένου να δοθεί μια αξιολόγηση ως τελική κρίση στους/στις συμμετέχοντες στο τέλος της δοκιμασίας.

Στο τέλος της δοκιμασίας, τα άτομα θα είναι σε θέση να επιστρέψουν σε διαφορετικά επίπεδα αξιολόγησης των απόψεων τους.

Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων μπορεί να γίνει χρησιμοποιώντας μία από τις διάφορες εφαρμογές για τη δημιουργία κουίζ ή ερευνών όπως Kahoot, Survey Monkey κ.λπ.

*ΙΔ'ΕΕΣ ΓΙΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗ*

*Συζητήστε τις ακόλουθες ερωτήσεις:*

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.2 - Ανάλυση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τη νοοτροπία των νέων.

Μέσα στις υποομάδες, μοιραστείτε τα περιεχόμενα της παραπάνω εργασίας ξεκινώντας από τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Υπάρχουν διαφορετικά περιεχόμενα μεταξύ ανδρών και γυναικών;
- Αν υπάρχουν διαφορές φύλου, οφείλονται στις προτιμήσεις μας ή σε κοινωνικές προτάσεις που βασίζονται σε στερεότυπα;
- Είμαστε κι εμείς θύματα στερεοτύπων/;

Οι απαντήσεις καταγράφονται σε μια αφίσα ή σε κοινόχρηστο έγγραφο.

### 3. Παρακολούθηση εισαγωγικού βίντεο & Συζήτηση (20')

[#StopSexism](#)

ΣΥΖΗΤΗΣΗ:

Μοιράστε τις παρακάτω ερωτήσεις και αναπτύξτε σχετική συζήτηση με βάση το video που προβλήθηκε.

"Ποιες καταστάσεις που παρουσιάζονται στο βίντεο βιώνετε ή βλέπετε γύρω σας;"

«Με ποιες δηλώσεις συμφωνείτε και με ποιες διαφωνείτε;»

«Μπορείτε να σκεφτείτε άλλες καταστάσεις; Ποια;»

Τα άτομα που συμμετέχουν μοιράζονται τις απαντήσεις τους σε post-it που κολλάνε στον πίνακα που έχουν αναρτηθεί οι ερωτήσεις.

### 4. ΕΡΓΑΣΙΑ: Ανάλυση του προφίλ μιας γυναίκας, ενός άνδρα influencer, ή/και ενός non-binary ατόμου (35')

Οι ομάδες καλούνται να αναλύσουν το προφίλ που επιλέχθηκε από την ομάδα και να εντοπίσουν στερεοτυπικά στοιχεία που σχετίζονται με το φύλο.

- Ποια στερεοτυπικά στοιχεία εντοπίσατε?
- Ποια χαρακτηριστικά προβάλλονται από κάθε influencer?
- Ποιο μήνυμα μεταφέρεται?
- Ποια στοιχεία θεωρείτε πως θα μπορούσαν να παρουσιαστούν διαφορετικά, αποφεύγοντας στερεοτυπικές αναπαραστάσεις?

#### Materials, tools

Form "**Social Network Data Survey**"

#### Πρόσθετοι πόροι

Άλλα χρήσιμα βίντεο:

[Γιατί το φύλο έχει σημασία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης](#)

Άλλα έγγραφα:

- [Ποιες είναι μερικές βέλτιστες πρακτικές για τη δημιουργία εκστρατειών κοινωνικών μέσων χωρίς αποκλεισμούς και με σεβασμό;](#)







## ΕΝΟΤΗΤΑ n.3

### Ανάλυση του τρόπου λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ανάλυση της γλώσσας.

Υπεύθυνοι εταίροι: EDC

#### Γενικοί στόχοι

Κατανόηση της θεμελιώδης λειτουργίας των κοινωνικών μέσων, συμπεριλαμβανομένων των υποκείμενων τεχνολογιών τους π.χ. LinkedIn, Facebook, Instagram.

Ειδικοί στόχοι:

1. Ανάλυση των τρόπων με τους οποίους οι πλατφόρμες κοινωνικών μέσων διευκολύνουν την επικοινωνία, τη σύνδεση και την αφοσίωση μεταξύ των χρηστών.
2. Εξερεύνηση διαφορετικών τύπων κοινωνικών δικτύων και τις αντίστοιχες λειτουργίες τους, όπως ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, ιστότοπους microblogging και εφαρμογές κοινής χρήσης φωτογραφιών.
3. Να εξετάσει τα μοναδικά γλωσσικά χαρακτηριστικά της γλώσσας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης hashtags, emojis, συντομογραφιών και άλλων μορφών στενογραφίας.

#### Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

1. Αυξημένη κατανόηση της θεμελιώδους λειτουργίας των κοινωνικών μέσων δικτύωσης και επικοινωνίας και των επιπτώσεών τους στην κοινωνία.
2. Αυξημένη γνώση σχετικά με τα γλωσσικά χαρακτηριστικά της επικοινωνίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τον αντίκτυπό της στην επικοινωνία.
3. Αυξημένη κριτική σκέψη και αναλυτικές δεξιότητες για την αξιολόγηση του ρόλου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διαμόρφωση του δημόσιου λόγου και γνώμης.
4. Καλύτερη κατανόηση των επιπτώσεων της γλώσσας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και για τη γλωσσική πολυμορφία και την τυποποίηση της γλώσσας.
5. Χρήση κατάλληλης ορολογίας για την περιγραφή των χαρακτηριστικών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των επιπτώσεών τους στη χρήση της γλώσσας.

#### Σύντομη εισαγωγή του θέματος

Οι πλατφόρμες των κοινωνικών μέσων έχουν γίνει ουσιαστικό μέρος της σύγχρονης επικοινωνίας, συνδέοντας ανθρώπους σε όλο τον κόσμο και διευκολύνοντας τη διάδοση πληροφοριών και ιδεών. Ωστόσο, ο αντίκτυπος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνία είναι σύνθετος και πολύπλευρος, με θετικές και αρνητικές επιπτώσεις. Αυτή η ενότητα έχει ως στόχο να παρέχει στους μαθητές μια ολοκληρωμένη

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.3

### Ανάλυση του τρόπου λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ανάλυση της γλώσσας.

Υπεύθυνοι εταίροι: EDC

κατανόηση του τρόπου λειτουργίας των κοινωνικών μέσων και του τρόπου με τον οποίο επηρεάζουν τη χρήση της γλώσσας και την επικοινωνία.

**Προτεινόμενες δραστηριότητες της ενότητας**  
-  
**χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και βοηθητικό υλικό**

#### **1. Εισαγωγή (20')**

- Ανακεφαλαίωση προηγούμενης ενότητας.
- Δραστηριότητα γνωριμίας: επιλογή ενός επαγγελματικού λογαριασμού (influencer) που ακολουθούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και περιγραφή 2 χαρακτηριστικών που ξεχωρίζουν στο προφίλ του ατόμου.

#### **2. Κύρια συνεδρία (60-80')**

Χωρίστε τα άτομα που συμμετέχουν σε 4 ομάδες και αναλύστε τα γλωσσικά χαρακτηριστικά της επικοινωνίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (κάθε ομάδα θα αναλύσει ένα μέσο: facebook, istagram, linkedin, tiktok), συμπεριλαμβανομένης της χρήσης hashtag, emoji και συντομογραφιών. Συγκρίνετε και αντιπαραβάλλετε τη γλώσσα που χρησιμοποιείται σε διαφορετικές πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης και προσδιορίστε τα μοναδικά χαρακτηριστικά της καθεμιάς (δείτε τη φόρμα αξιολόγησης στο παράρτημα «ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ»)

Συζητήστε τις πιθανές επιπτώσεις της γλώσσας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πώς τα στερεότυπα φύλου την έχουν επηρεάσει.

Χωρίστε τα άτομα σε διαφορετικές ομάδες για να καλύψετε διαφορετικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αναλύστε πώς τα χρησιμοποιούν και πώς η αγορά εργασίας έχει χρησιμοποιήσει αυτούς τους ιστότοπους (βλ. Παράρτημα «Πώς οι φορείς της αγοράς εργασίας χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα»).

#### Υλικό για:

Ανάλυση της χρήσης της γλώσσας, των οπτικών στοιχείων και των θεμάτων σε αναρτήσεις και διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.3

### Ανάλυση του τρόπου λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ανάλυση της γλώσσας.

Υπεύθυνοι εταίροι: EDC

1. Γλωσσική ανάλυση: Εξετάστε τη γλώσσα που χρησιμοποιείται στο περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Συζητήστε πώς ορισμένες λέξεις ή φράσεις μπορεί να ενισχύσουν τα στερεότυπα ή τις προκαταλήψεις των φύλων. Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να εντοπίσουν παραδείγματα και να συζητήσουν τις επιπτώσεις τους.

2. Οπτική ανάλυση: Αναλύστε οπτικά στοιχεία σε αναρτήσεις και διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εξερευνήστε πώς απεικονίζουν το φύλο, την εικόνα του σώματος και τα πρότυπα ομορφιάς. Συζητήστε τον αντίκτυπο των μη ρεαλιστικών προτύπων ομορφιάς και την αντικειμενοποίηση ανδρών και γυναικών.

3. Θέματα και αφηγήσεις: Προσδιορίστε επαναλαμβανόμενα θέματα και αφηγήσεις στο περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Συζητήστε πώς δαιωνίζουν ή αμφισβητούν τα στερεότυπα φύλου. Εξερευνήστε θέματα όπως οι ρόλοι γονικής μέριμνας με βάση το φύλο, οι επιλογές σταδιοδρομίας με βάση το φύλο και οι ετεροκανονικές προσδοκίες σχέσεων.

### **3. Μελέτη περίπτωσης/ιστορία. (10')**

Ακολουθεί η παρουσίαση παραδείγματος/ ιστορίας για τα στερεότυπα στο χώρο εργασίας.

Σύνδεση καλού παραδείγματος με στερεότυπα: Αυτή η μικρή φωνή

#### **Μελέτη περίπτωσης/ιστορία.**

Σκιαγραφείστε ένα σενάριο όπου μια εταιρεία τεχνολογίας αποφάσισε να αντιμετωπίσει τα στερεότυπα φύλου στον κλάδο. Ξεκίνησαν μια εκστρατεία σε διάφορες πλατφόρμες κοινωνικών μέσων, συμπεριλαμβανομένου του LinkedIn και του Twitter, παρουσιάζοντας ιστορίες επιτυχίας γυναικών εργαζομένων που είχαν συμβάλει σημαντικά στα έργα της εταιρείας. Η εκστρατεία χρησιμοποίησε οπτικά ελκυστικά γραφικά και ελκυστικά βίντεο για να παρουσιάσει τα επιτεύγματα αυτών των γυναικών.

Η εταιρεία ενθάρρυνε τους υπαλλήλους να μοιραστούν τις εμπειρίες τους χρησιμοποιώντας ένα μοναδικό hashtag, #BreakingTechStereotypes. Η εκστρατεία όχι μόνο έλαβε θετικές απαντήσεις από τους υπαλλήλους, αλλά συγκέντρωσε επίσης την προσοχή των επιρροών της βιομηχανίας και των μέσων ενημέρωσης.



## ΕΝΟΤΗΤΑ n.3

### Ανάλυση του τρόπου λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ανάλυση της γλώσσας.

Υπεύθυνοι εταίροι: EDC

Πυροδότησε συζητήσεις σχετικά με την ανάγκη για ποικιλομορφία και ισότητα στον τομέα της τεχνολογίας.

Ως αποτέλεσμα αυτής της εκστρατείας, η εταιρεία είδε αύξηση των γυναικών υποψηφίων για τεχνικούς ρόλους και περισσότερες γυναίκες προήχθησαν σε ηγετικές θέσεις εντός του οργανισμού. Ο θετικός αντίκτυπος επεκτάθηκε πέρα από την εταιρεία, εμπνέοντας άλλες εταιρείες τεχνολογίας να ξεκινήσουν παρόμοιες πρωτοβουλίες για την καταπολέμηση των στερεοτύπων φύλου στις βιομηχανίες τους.

Αυτή η μελέτη περίπτωσης δείχνει πώς μια καλά εκτελεσμένη εκστρατεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να αμφισβητήσει τα στερεότυπα, να προωθήσει τη διαφορετικότητα και να οδηγήσει σε θετικές αλλαγές στο χώρο εργασίας και πέρα από αυτόν.

#### **4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (παράδειγμα CPB London) (15')**

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε

Θεωρία: Στοιχεία μιας καμπάνιας/ επικοινωνιακή εκστρατεία

Κατά τη δημιουργία μιας καμπάνιας για ψηφιακά μέσα, πρέπει να λάβουμε υπόψη πέντε στοιχεία που τη διαμορφώνουν:

##### *1. Σκοπός*

Πριν ξεκινήσετε μια εκστρατεία, είναι πάντα απαραίτητο να ορίσετε έναν στόχο. Οι στόχοι πρέπει να διατυπώνονται θετικά και να είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί και σχετικοί με τον συνολικό στόχο. Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα σκοπών, αλλά θα πρέπει να είναι προσαρμοσμένοι στις ανάγκες και τις προθέσεις της εκστρατείας.

##### *2. Κοινό-στόχος*

Το κοινό-στόχος είναι το κοινό που θα λάβει το μήνυμα και, ως εκ τούτου, θα το καταναλώσει. Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε και να αναλύσουμε το κοινό για να προσαρμόσουμε το μήνυμα στις ανάγκες του. Με αυτόν τον τρόπο, η εκστρατεία μπορεί να προσαρμόσει σωστά τη λεκτική και οπτική γλώσσα που θα χρησιμοποιήσει για να επικοινωνήσει με το κοινό της.

##### *3. Τόνος φωνής*

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.3

### Ανάλυση του τρόπου λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ανάλυση της γλώσσας.

Υπεύθυνοι εταίροι: EDC

Κάθε μάρκα/εταιρία έχει μια φωνή που αντιπροσωπεύει την προσωπικότητά της και παραμένει συνεπής. Ωστόσο, ο τόνος ή ο τόπος της φωνής είναι το εργαλείο που χρησιμοποιούν οι καμπάνιες για να προσαρμόσουν το περιεχόμενο στις ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά του κοινού τους. Ακριβώς όπως υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία ακροατηρίων, υπάρχει επίσης ένα πλήθος τόνων για να τα αντιμετωπίσει. Μερικά παραδείγματα μπορεί να περιλαμβάνουν έναν φιλικό, ανθρώπινο, επίσημο, άμεσο, ειρωνικό ή εξυπηρετικό τόνο φωνής.

#### 4. Βασικό μήνυμα

Σε κάθε καμπάνια, υπάρχει ένα βασικό μήνυμα που εκφράζει τις πιο σημαντικές πληροφορίες που πρέπει να μεταδοθούν. Το βασικό μήνυμα θα πρέπει να είναι η ιδέα που οι άνθρωποι πρέπει να μάθουν ή να θυμούνται αφού στοχοποιηθούν από την εκστρατεία. Επομένως, πρέπει να είναι σαφές και κατανοητό, να μεταφέρει την ουσία του στο κοινό με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

#### 5. Γραφικά

Τα γραφικά και εικαστικά στοιχεία συμπληρώνουν το λεκτικό μέρος και, κυρίως, το μήνυμα. Θα πρέπει πάντα να συνάδουν με τους στόχους της εκστρατείας. Είναι σημαντικό τα γραφικά να χρησιμεύουν ως υποστήριξη και όχι ως εμπόδιο στην επικοινωνία. Θα πρέπει να προσθέτουν ένα επίπεδο νοήματος και να συμβάλλουν στο να θυμάται ή να σκέφτεται το κοινό για την εκστρατεία.

Για παράδειγμα, αν αναλύσουμε την εκστρατεία που έκανε η **CPB** London μπορούμε να παρατηρήσουμε:

#### **Ανάλυση:**

1. Σκοπός: Η Αναγνώριση και η καταπολέμηση των έμφυλων προκαταλήψεων που όλοι έχουμε.
2. Κοινό-στόχος: Γενικό κοινό. Το μήνυμα θα πρέπει να γίνει κατανοητό και να έχει απήχηση σε όλους τους τύπους κοινού, καθώς η εκστρατεία βρίσκεται σε δημόσιους και αστικούς χώρους.
3. Τόνος φωνής: Έχει έναν επίσημο αλλά προσιτό τόνο ενώ είναι άμεσος και τολμηρός. Στόχος του είναι να απευθυνθεί άμεσα στον/στην θεατή, χωρίς την ανάγκη εξωραϊσμών ή ευφημισμών.

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.3

### Ανάλυση του τρόπου λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ανάλυση της γλώσσας.

Υπεύθυνοι εταίροι: EDC

	<p>4. Βασικό μήνυμα: Φανταστείτε έναν κόσμο όπου το φύλο δεν κάνει καμία διαφορά</p> <p>5. Οπτικά στοιχεία: Βρίσκουμε πολύ απλά και αυστηρά γραφικά, αλλά αποτελεσματικά, αποτελούμενα κυρίως από κείμενο. Η διάταξή τους καθοδηγεί τον θεατή να κάνει την κατάλληλη συλλογιστική, θέτοντας πρώτα μια ερώτηση και αντεξετάζοντας, σε μικρό μέγεθος, για να δημιουργήσει μια αντανάκλαση στον χρήστη.</p>
<b>Υλικά, εργαλεία</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Συσκευές με δυνατότητα σύνδεσης στο Internet για πρόσβαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.</li><li>-Εργαλεία έρευνας όπως το Google Forms ή το Survey Monkey.</li><li>-Οπτικοακουστικά βοηθήματα όπως βίντεο, infographics και παρουσιάσεις PowerPoint.</li><li>-Λευκά σεντόνια, μαρκαδόροι</li><li>-Προβολείς</li></ul>
<b>Πρόσθετοι πόροι</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-#PowerOn to create an equal digital future   #IWD2023, campaign IWD</li><li>- HASHTAGIFY, monitor the best # of your campaigns</li><li>- Search of emojis meaning</li><li>- Explore county's google trends</li></ul>

## Παραρτήματα της ενότητας n.3

### 1. Κριτήρια για την ανάλυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Για τη δραστηριότητα στην ενότητα n.2 χρησιμοποιήστε τα ακόλουθα κριτήρια

#### ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ Μ'ΕΣΩΝ.

##### 1. Σκοπός πλατφόρμας και κοινό-στόχος.

A. Καθορίστε με σαφήνεια τον πρωταρχικό σκοπό κάθε πλατφόρμας κοινωνικών μέσων:

- δικτύωση,
- επικοινωνία με χρήστες
- κοινή χρήση φωτογραφιών κ μέσων,

- επαγγελματική ανάπτυξη,
- διάδοση ειδήσεων
- ενημερώσεις
- άλλο (προσδιορίστε)

B. Προσδιορίστε το κοινό-στόχο για κάθε πλατφόρμα:

- έφηβοι,
- επαγγελματίες,
- επιχειρήσεις,
- ευρύ κοινό
- επιστημονική κοινότητα/ ακαδημαϊκή
- άλλο (προσδιορίστε)

## **2. Γλωσσικό ύφος και τόνος.**

Αξιολογήστε το συνολικό γλωσσικό στυλ και τόνο που χρησιμοποιείται σε κάθε πλατφόρμα:

- επίσημο,
- ανεπίσημο,
- συνομιλητικό/οικείο,
- επαγγελματικό,
- φιλικό
- άλλο (προσδιορίστε)

## **3. Πολυπλοκότητα λεξιλογίου.**

Αξιολογήστε την πολυπλοκότητα του λεξιλογίου και της γλώσσας που χρησιμοποιούν οι χρήστες σε κάθε πλατφόρμα:

- απλό,
- τεχνική ορολογία,
- ειδική για τον κλάδο
- φιλική
- άλλο (προσδιορίστε)

## **4. Χρήση emojis και emoticons.**

Αναλύστε τη συχνότητα και την καταλληλότητα της χρήσης emoji και emoticon σε κάθε πλατφόρμα.

- Πολύ Συχνά
- Συχνά
- Μέτρια
- Καθόλου

Προσδιορίστε εάν τα emoji και τα emoticon συμβάλλουν στην αφοσίωση/engagement και την επικοινωνία των χρηστών.

(Απάντηση ανάπτυξης και αιτιολόγησης)

### **5. Αργκό και ορολογία.**

Προσδιορίστε και αναλύστε τυχόν επικρατούσα αργκό ή ειδική ορολογία για τον κλάδο που χρησιμοποιείται σε κάθε πλατφόρμα.

- Ναι

- Όχι

(δώσετε 3 παραδείγματα)

ΕΡΩΤΗΣΗ: Ενισχύει η συγκεκριμένη ορολογία την αποτελεσματική επικοινωνία μέσω χρηστών;

### **6. Τύποι και μορφή περιεχομένου.**

Εξετάστε τους τύπους περιεχομένου που κοινοποιούνται σε κάθε πλατφόρμα:

- αναρτήσεις κειμένου,

- εικόνες,

- βίντεο,

- ιστορίες

### **7. Hashtags και λέξεις-κλειδιά.**

Αξιολογήστε τη χρήση hashtags και λέξεων-κλειδιών σε κάθε πλατφόρμα

- Πολύ Συχνά

- Συχνά

- Μέτρια

- Καθόλου

### **8. Αφοσίωση κοινού και αλληλεπιδράσεις.**

Μετρήστε το επίπεδο αφοσίωσης του κοινού μέσω των τρόπων αλληλεπίδρασης:

- επισημάνσεις "μου αρέσει",

- ανάρτηση σχολίων,

- κοινοποιήσεις περιεχομένου

- άλλο (παρακαλώ προσδιορίστε)

### **9. Σκοπός και πρόθεση της χρήσης της γλώσσας.**

Προσδιορίστε τον πρωταρχικό σκοπό της χρήσης της γλώσσας σε κάθε πλατφόρμαQ



- αναζήτηση πληροφοριών,
- έκφραση απόψεων,
- προώθηση προϊόντων,
- δικτύωση,
- αναζήτηση εργασίας
- άλλο (παρακαλώ προσδιορίστε)

#### ΣΥΖΗΤΗΣΗ:

#### **10. Επιρροή και διάδοση πληροφοριών.**

Ποια η πιθανότητα οι πληροφορίες και το περιεχόμενο να γίνουν viral σε κάθε πλατφόρμα? Πώς η γλώσσα μπορεί να επηρεάσει τη διάδοση των πληροφοριών και την αξιοπιστία τους?

#### **11. Απόρρητο και χρήση γλώσσας.**

Σε σχέση με τα χαρακτηριστικά απορρήτου κάθε πλατφόρμας και τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες προσαρμόζουν τη γλώσσα τους με βάση τις ανησυχίες για την προστασία της ιδιωτικής έχετε εντοπίσει κάποιον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες διατηρούν τις διαδικτυακές τους προσωπικότητες και την προσωπική τους επωνυμία;

#### **12. Πολιτιστικός και γεωγραφικός αντίκτυπος.**

Υπάρχουν τυχόν πολιτιστικές ή γεωγραφικές επιρροές στη χρήση της γλώσσας σε διαφορετικές περιοχές και χώρες;

#### **13. Δημογραφικά στοιχεία χρηστών και γλωσσικές παραλλαγές.**

Η χρήση της γλώσσας ποικίλλει ανάλογα με τα δημογραφικά στοιχεία των χρηστών της πλατφόρμας; (π.χ. ηλικία, φύλο, τοποθεσία κ.λπ.). Ποιες είναι οι διαφορές;

#### **14. Εξέλιξη της γλώσσας**

Έχετε παρακολουθήσει αλλαγές με την εξέλιξη της χρήσης της γλώσσας σε κάθε πλατφόρμα με την πάροδο του χρόνου και τυχόν αναδυόμενες γλωσσικές τάσεις;

-----

#### **Υλικό για εκπαιδευτικούς: Ανάλυση του LinkedIn**

**1. Σκοπός πλατφόρμας και κοινό-στόχος:** Το LinkedIn είναι μια επαγγελματική πλατφόρμα δικτύωσης που έχει σχεδιαστεί κυρίως για άτομα που αναζητούν εργασία, εργοδότες, υπεύθυνους προσλήψεων και επαγγελματίες. Το κοινό-στόχος του περιλαμβάνει άτομα που αναζητούν ευκαιρίες σταδιοδρομίας, επιχειρήσεις που επιθυμούν να προσλάβουν ταλέντα και επαγγελματίες που στοχεύουν στην οικοδόμηση του επαγγελματικού τους δικτύου.

**2. Γλωσσικό στυλ και τόνος:** Το LinkedIn ενθαρρύνει ένα επαγγελματικό και επίσημο γλωσσικό στυλ. Οι χρήστες χρησιμοποιούν συνήθως σεβασμό και ευγενικό τόνο όταν

αλληλεπιδρούν με άλλους στην πλατφόρμα. Η γλώσσα επικεντρώνεται στη δικτύωση, τις συζητήσεις για τη βιομηχανία και το περιεχόμενο που σχετίζεται με την καριέρα.

**3. Πολυπλοκότητα Λεξιλογίου:** Η γλώσσα στο LinkedIn τείνει να είναι πιο επίσημη και συγκεκριμένη για τον κλάδο, με τους χρήστες να χρησιμοποιούν ένα ευρύ φάσμα επαγγελματικού λεξιλογίου και ορολογίας που σχετίζεται με τους τομείς τους.

**4. Emojis και Emoticons Χρήση:** Τα emojis και τα emoticons χρησιμοποιούνται στο LinkedIn, αλλά η συχνότητά τους είναι χαμηλότερη σε σύγκριση με τις πιο απλές πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Όταν χρησιμοποιούνται, συχνά περιορίζονται στην έκφραση θετικότητας ή ευγνωμοσύνης.

**5. Αργκό και ορολογία:** Ενώ το LinkedIn αποθαρρύνει την υπερβολική χρήση αργκό, κάποια ειδική ορολογία για τον κλάδο είναι κοινή και αποδεκτή, καθώς διευκολύνει τη σαφή επικοινωνία μεταξύ επαγγελματιών στον ίδιο τομέα.

**6. Τύποι και μορφή περιεχομένου:** Το LinkedIn υποστηρίζει διάφορες μορφές περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένων αναρτήσεων, άρθρων, εικόνων και βίντεο που βασίζονται σε κείμενο. Οι χρήστες μοιράζονται επαγγελματικά επιτεύγματα, ιδέες, περιεχόμενο ηγεσίας σκέψης, ανακοινώσεις θέσεων εργασίας και ειδήσεις του κλάδου.

**7. Hashtags και λέξεις-κλειδιά:** Τα hashtags χρησιμοποιούνται στο LinkedIn για να κατηγοριοποιήσουν και να ανακαλύψουν περιεχόμενο που σχετίζεται με συγκεκριμένα θέματα, βιομηχανίες ή ευκαιρίες απασχόλησης. Οι λέξεις-κλειδιά χρησιμοποιούνται σε προφίλ και αναρτήσεις για τη βελτίωση της δυνατότητας εντοπισμού στις αναζητήσεις.

**8. Αφοσίωση κοινού και αλληλεπιδράσεις:** Το LinkedIn επικεντρώνεται στην επαγγελματική αφοσίωση, με τους χρήστες να αλληλεπιδρούν μέσω επισημάνσεων "μου αρέσει", σχολίων, κοινοποιήσεων και ιδιωτικών μηνυμάτων. Οι συζητήσεις είναι συνήθως εποικοδομητικές και οι χρήστες συχνά συμμετέχουν σε επαγγελματικές συζητήσεις και ανταλλάσσουν πολύτιμες πληροφορίες.

**9. Σκοπός και πρόθεση της χρήσης της γλώσσας:** Ο πρωταρχικός σκοπός της χρήσης γλώσσας στο LinkedIn είναι η δικτύωση, η επαγγελματική ανάπτυξη και η αναζήτηση εργασίας. Οι χρήστες στοχεύουν να επιδείξουν τις δεξιότητες, την τεχνογνωσία και τα επιτεύγματά τους για να προσελκύσουν πιθανούς εργοδότες ή πελάτες.

**10. Επιρροή και διάδοση πληροφοριών:** Το περιεχόμενο με πολύτιμες πληροφορίες και τεχνογνωσία έχει τη δυνατότητα να κερδίσει σημαντική ανταπόκριση στο LinkedIn. Τα άρθρα ηγετικής σκέψης και οι ελκυστικές αναρτήσεις μπορούν να προσεγγίσουν ένα ευρύ κοινό σε συγκεκριμένους κλάδους.

**11. Απόρρητο και χρήση γλώσσας:** Το LinkedIn προσφέρει ρυθμίσεις απορρήτου που επιτρέπουν στους χρήστες να ελέγχουν ποιος μπορεί να δει το περιεχόμενο και τις πληροφορίες του προφίλ τους. Αυτό ενθαρρύνει τους χρήστες να διατηρούν μια επαγγελματική γλώσσα για να δημιουργήσουν μια θετική παρουσία στο διαδίκτυο.

**12. Πολιτιστικός και γεωγραφικός αντίκτυπος:** Η χρήση της γλώσσας στο LinkedIn μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τα πολιτιστικά πρότυπα και τις τοπικές προτιμήσεις, αλλά η πλατφόρμα προωθεί γενικά ένα τυποποιημένο και επαγγελματικό γλωσσικό στυλ.

**13. Δημογραφικά στοιχεία χρηστών και γλωσσικές παραλλαγές:** Η χρήση γλώσσας στο LinkedIn ενδέχεται να διαφέρει ανάλογα με τους ρόλους, τους κλάδους και το επαγγελματικό υπόβαθρο των χρηστών. Διαφορετικές βιομηχανίες μπορούν να υιοθετήσουν συγκεκριμένα γλωσσικά πρότυπα και ορολογίες.

**14. Χρήση παραγόντων της αγοράς εργασίας:** Τα άτομα που αναζητούν εργασία χρησιμοποιούν το LinkedIn για να δημιουργήσουν λεπτομερή επαγγελματικά προφίλ, να επιδείξουν τις δεξιότητες και την εμπειρία τους και να αναζητήσουν ενεργά και να υποβάλουν αίτηση για ευκαιρίες εργασίας. Οι εργοδότες/τριες και οι υπεύθυνοι/ες προσλήψεων χρησιμοποιούν το LinkedIn για να δημοσιεύουν λίστες εργασίας, να αναζητούν πιθανές/ούς υποψηφίες/ους και να συνεργάζονται με επαγγελματίες για σκοπούς απόκτησης ταλέντων και δικτύωσης. Οι επαγγελματίες αξιοποιούν το LinkedIn για την οικοδόμηση και την καλλιέργεια του επαγγελματικού τους δικτύου, την κοινή χρήση πολύτιμου περιεχομένου και την καθιέρωση ηγεσίας σκέψης στις βιομηχανίες τους.

**Υλικό για εκπαιδευτές –κύρια άσκηση: Πώς οι παράγοντες της αγοράς εργασίας χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.**

Για τη δραστηριότητα n.2 χρησιμοποιήστε τα ακόλουθα κριτήρια για να αναλύσετε τον τρόπο με τον οποίο οι φορείς της αγοράς εργασίας χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Social Media Platform	Μοναδικά χαρακτηριστικά/γλώσσες που χρησιμοποιούνται	Πώς χρησιμοποιούνται τα στοιχεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
Facebook	Hashtags	Χρησιμοποιείται σε μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να βοηθήσει όσους μπορεί να ενδιαφέρονται για το θέμα σας να μπορούν να το βρουν όταν αναζητούν μια λέξη-κλειδί ή ένα συγκεκριμένο hashtag
	Emojis	Χρησιμοποιείται για να επικοινωνείτε πιο αποτελεσματικά, να τραβάτε την προσοχή, να μεταφέρετε τόνο και συναίσθημα, να κάνετε τα μηνύματά σας πιο αξέχαστα και να αυξάνετε την αφοσίωση στο κοινό σας.
	Abbreviations	Χρησιμοποιείται για να εξοικονομήσετε χρόνο, να αποφύγετε την πληκτρολόγηση και να διασφαλίσετε ότι μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παραμένει εντός ενός συγκεκριμένου ορίου χαρακτήρων.
	NewsFeed	Βοηθά τον χρήστη να δει περιεχόμενο από τους φίλους του στο Facebook και τις σελίδες που ακολουθεί.
	Messenger for messaging	Χρονολόγιο όπου εμφανίζει τις πληροφορίες και το περιεχόμενο του χρήστη που δημοσιεύτηκε ή κοινοποιήθηκε
	Ο Τείχος	Ένας χώρος για το περιεχόμενο του χρήστη
	Αναζήτηση (Παρακολούθηση γκρουπ στις Ομάδες)	Χρησιμοποιείται για την αναζήτηση βίντεο που σχετίζονται με το θέμα στο Facebook
	Σελίδες (Παρακολούθηση γκρουπ στις ομάδες)	Χρησιμοποιείται για την επιλογή βίντεο από τη σελίδα σας
	Παρακολούθησαν	Χρησιμοποιείται για την επιλογή βίντεο που έχετε παρακολουθήσει στο παρελθόν στο Facebook
	Groups	Χρησιμοποιείται για την επιλογή ενός βίντεο που έχετε δημοσιεύσει στην ομάδα σας

	Live	Χρησιμοποιείται για να ζωντανή αναμετάδοση
	Αποθηκεύτηκε	Χρησιμοποιείται για να επιλέξετε από τα βίντεο που έχετε αποθηκεύσει προηγουμένως
	Προτεινόμενα	Χρησιμοποιείται για να επιλέξετε από μια επιλογή βίντεο
	Φίλοι	Χρησιμοποιείται για την καταχώρηση και την οργάνωση φίλων στο facebook
	Σχόλια	Μια από τις καλύτερες μορφές αλληλεπίδρασης για οποιαδήποτε εταιρεία, επειδή δείχνουν ότι ο ακόλουθος σας έχει αφιερώσει χρόνο για να σκεφτεί και να γράψει μια απάντηση στο περιεχόμενό σας
	Ειδοποιήσεις	με σκοπό να ενημερώνει τους χρήστες για τη δραστηριότητα στο Facebook, όπως νέα μηνύματα, αιτήματα φιλίας, σχόλια και επιστημάνσεις "μου αρέσει" στις αναρτήσεις τους.
	Μηνύματα και εισερχόμενα	Διαβάστε και απαντήστε σε μηνύματα από μια κινητή συσκευή ή τον υπολογιστή σας. Εξοικονομήστε χρόνο χρησιμοποιώντας μία μόνο επιφάνεια για τη διαχείριση της επικοινωνίας.
LinkedIn	Σελίδα αρχική	Χρησιμοποιείται για τη δημιουργία αποκλειστικών σελίδων για τις υπηρεσίες, τα προϊόντα, τις δευτερεύουσες επωνυμίες ή τις εταιρικές πρωτοβουλίες σας, ένα εξαιρετικό χαρακτηριστικό για τον κατακερματισμό του κοινού σας (ανάλογα με το μέγεθος και τις ανάγκες του κοινού) και την παραγωγή ενός εξαιρετικά στοχευμένου προϊόντος και περιεχομένου για αυτούς.
	Δημοσίευση εναλλασσόμενων εικόνων	Allows for embedding of multiple images and videos in a single post
	Ζωντανά βίντεο	Χρησιμοποιείται για να μοιραστείτε τις σκέψεις σας ή να μεταδώσετε εκδηλώσεις, ειδήσεις, παρουσιάσεις, συνέδρια και πολλά άλλα.
	Πλαίσια για την εργασία και την πρόσληψη	Μόλις ενεργοποιήσετε αυτές τις ετικέτες, οι χρήστες βλέπουν το προφίλ σας και γνωρίζουν αμέσως ότι προσλαμβάνετε ή βρίσκετε εργασία ενεργά. Αυτό αυξάνει τις πιθανότητες να συναντήσετε

		γρήγορα τους ιδανικούς υποψηφίους εργασίας και τις ευκαιρίες σας.
	Ιδιωτική λειτουργία	Αποκρύπτει την επίσκεψή σας σε ένα προφίλ. Θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε αυτήν τη δυνατότητα για ανάλυση ανταγωνιστών - το δίκτυό τους, τη στρατηγική περιεχομένου, ειδήσεις και ενημερώσεις και πολλά άλλα.
	Μήνυμα χωρίς σύνδεση	Ενεργοποιεί την αναζήτηση πωλήσεων (όπου θέλετε να αλληλεπιδράσετε με πιθανούς αγοραστές) ή όταν προσεγγίζετε υποψήφιους υποψηφίους.
	Δημιουργία δημοσκοπήσεων	Βοηθά στη δημιουργία ενός γρήγορου και ελκυστικού τρόπου λήψης σχολίων από το δίκτυό σας στο LinkedIn.  Τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων προσφέρουν έναν ευκολότερο τρόπο συγκέντρωσης και ανάλυσης των απαντήσεων.
	Vide Meetings	Μπορείτε να φιλοξενήσετε κατ' ιδίαν και ομαδικές συναντήσεις απευθείας στο LinkedIn ή με ολοκληρωμένους παρόχους υπηρεσιών.
	Ειδοποιήστε τους υπαλλήλους	Όταν δημοσιεύετε κάτι στο LinkedIn, μπορείτε να ενημερώσετε τους υπαλλήλους σας σχετικά με αυτό. Πρώτον, αυτό τους κρατά ενημέρους για όλα τα σημαντικά - εορταστικές περιστάσεις, νέες επιχειρήσεις, ενημερώσεις ειδήσεων και πολλά άλλα.
	Σελίδα προϊόντος LinkedIn	Μια υποδιαίρεση της εταιρικής σελίδας LinkedIn και μπορεί να δημιουργηθεί για να αναδείξει τα προϊόντα σας και να δημιουργήσει μια κοινότητα γύρω από αυτά.
	Ενημερωτικό δελτίο LinkedIn	Είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να αναπτύξετε αξιοπιστία σε ένα θέμα, να αυξήσετε τα επίπεδα αφοσίωσης και να επεκτείνετε το κοινό σας.
Instagram	Φίλτρα	Επιτρέπει στο περιεχόμενό σας να είναι συνεπές όσον αφορά την εικόνα και το στυλ της επωνυμίας. Με αυτόν τον τρόπο, οι ακόλουθοί σας θα μπορούν να αναγνωρίσουν το περιεχόμενό σας και να γνωρίσουν την εμφάνιση της υπογραφής σας.
	Instagram Live	Η παροδική φύση του, υπάρχει μια αίσθηση επείγοντος μεταξύ των χρηστών να παρακολουθήσουν τη ζωντανή μετάδοσή σας πριν εξαφανιστεί. Χρησιμοποιείται προς όφελός σας. Προσφέρετε

		προσφορές, εκπτώσεις ή δώρα κατά τη διάρκεια της ζωντανής μετάδοσής σας,
	IGTV/Reels	Όσον αφορά το μάρκετινγκ, είναι εξαιρετικό για την προώθηση προϊόντων, τη δημιουργία εκπαιδευτικών προϊόντων και για την κοινή χρήση ειδήσεων
	Αυτοκόλλητα και κουίζ	Από emoji έως δημοσκοπήσεις και GIF, αυτά τα πρόσθετα πρόσθετα μπορούν να σας βοηθήσουν να αλληλεπιδράσετε με τους οπαδούς σας με καινοτόμους νέους τρόπους και να αυξήσετε την αφοσίωση.
X	Συμβουλές εργαλείων	Ένα σύνολο εργαλείων με οδηγίες είναι ένα αποτελεσματικό στοιχείο γραφικής διάδρασης χρήστη που επιτρέπει στους χρήστες να βλέπουν περισσότερες πληροφορίες όταν τοποθετούν το δείκτη του ποντικιού ή κάνουν κλικ σε ένα κείμενο ή αντικείμενο ενδιαφέροντος χωρίς να χρειάζεται να εγκαταλείψουν την τρέχουσα ιστοσελίδα.
	Hashtags	Χρησιμοποιείται σε μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να βοηθήσει όσους ενδιαφέρονται για το θέμα σας να μπορούν να το βρουν όταν αναζητούν μια λέξη-κλειδί ή ένα συγκεκριμένο hashtag
	Ζωντανά tweets κατά τη διάρκεια σημαντικών εκδηλώσεων	Είναι εξαιρετικά επωφελές εάν παρακολουθείτε μια εκδήλωση με την εταιρεία σας ή εάν φιλοξενείτε μια εκδήλωση. Σας επιτρέπει να φέρετε άτομα που δεν είναι εκεί στη συνομιλία.
Tiktok	Teaser για ένα νέο προϊόν ή καμπάνια	Teasing ένα προϊόν είναι ένας πολύ καλός τρόπος που βοηθά στη δημιουργία προσμονής για τα επερχόμενα έργα σας.
	Χρήση της ενότητας ερωτήσεων και απαντήσεων	Όταν είναι ενεργοποιημένη, το κοινό σας μπορεί να επισημάνει τα σχόλιά του ως ερωτήσεις, διευκολύνοντάς σας να απαντήσετε με βίντεο ή κείμενο.
	Tell a story	Οι εργοδότες το χρησιμοποιούν για να μοιραστούν ιστορίες από τις οποίες έχετε γοητευτεί και να αναδείξουν υπαλλήλους, πρότυπα ή παράγοντες που αλλάζουν το παιχνίδι στον κλάδο σας.



## ΕΝΟΤΗΤΑ n.4

### Βέλτιστες πρακτικές για την επικοινωνία με αποφυγής στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

#### Γενικοί στόχοι

**Κύριος στόχος:** Εκμάθηση ορθών πρακτικών επικοινωνίας για την αντιμετώπιση των στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

#### Ειδικοί στόχοι:

1. Προσδιορισμός βασικών στοιχείων της επικοινωνίας για την ισότητα των φύλων στην επαγγελματική σταδιοδρομία.
2. Παρουσίαση πραγματικών παραδειγμάτων που αναπτύσσονται και εφαρμόζονται σε εταιρείες και οργανισμούς.
3. Παρουσίαση οργανισμών που κάνουν μια αλλαγή.
4. Παρουσίαση του τρόπου με τον οποίο η τεχνολογία (AI) μπορεί να αποτρέψει/ανιχνεύσει τις στερεότυπες επικοινωνίες με βάση το φύλο.
5. Εξοικείωση με εναλλακτικές ιστορίες ρόλων των φύλων στον χώρο εργασίας.
6. Αλληλεπίδραση και έμπνευση από πραγματικά πρότυπα.

#### Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

1. Γνώση των βασικών στοιχείων αλλαγής στις επικοινωνίες, για την αντιμετώπιση των στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.
2. Γνώση πρακτικών για την πρόληψη της κουλτούρας των στερεοτύπων φύλου σε ένα επαγγελματικό περιβάλλον («μη στερεοτυπικοί» επαγγελματικοί ρόλοι).
3. Καλύτερη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο μοιάζει η αγορά εργασίας χωρίς αποκλεισμούς ως προς το φύλο και ποιος είναι ο αντίκτυπος.
4. Έμπνευση από πρακτικές χώρων που έχουν αντιμετωπίσει τα στερεότυπα φύλου στην επικοινωνία επαγγελματικής σταδιοδρομίας.
5. Αυξημένη γνώση των στοιχείων επικοινωνίας και των εργαλείων που αντιμετωπίζουν τα στερεότυπα φύλου στις αγορές εργασίας.

#### Σύντομη εισαγωγή του θέματος

Οι επαγγελματικοί ρόλοι και οι σταδιοδρομίες καθορίζονται κυρίως σε νεαρή ηλικία και η επικοινωνία αποτελεί βασικό παράγοντα αυτής της απόφασης. Τα επικοινωνιακά στοιχεία που εφαρμόζονται στην

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.4

### Βέλτιστες πρακτικές για την επικοινωνία με αποφυγής στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

αναπαράσταση των επαγγελματικών ρόλων, επηρεάζουν τη δημιουργία στερεοτύπων φύλου σε αυτά.

Προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα στερεότυπα που αφορούν το φύλο σε διάφορους τομείς, όπως οι κλάδοι STEM, οι ακαδημαϊκοί, οι ανθρωπιστικές σπουδές και άλλοι, που επηρεάζουν την απόφαση των νέων ατόμων στα μέσα ενημέρωσης (κοινωνικά), είναι σημαντικό να προσδιοριστούν και να αναλυθούν βέλτιστες πρακτικές σχετικά με τον τρόπο επικοινωνίας της αποφυγής στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

#### Προτεινόμενες δραστηριότητες της ενότητας - χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και βοηθητικό υλικό

##### 1. Εισαγωγή (20')

- Ανακεφαλαίωση προηγούμενης ενότητας.
- Εισαγωγή του θέματος και δραστηριότητα γνωριμίας:

**Δραστηριότητα γνωριμίας: Εντοπίστε τις στερεότυπες επικοινωνίες.** Χωρίστε τους μαθητές σε τρεις ομάδες και ζητήστε τους να κατηγοριοποιήσουν ένα σύνολο δηλώσεων/φράσεων και φωτογραφιών, που θεωρούνται ως: προκατειλημμένες ως προς το φύλο, επικοινωνίες που εισάγουν διακρίσεις λόγω φύλου, ουδέτερες ως προς το φύλο ή ευαίσθητες ως προς το φύλο. (όλες οι ομάδες να αναλύσουν το ίδιο).

(Ακολουθούν κάποια [παραδείγματα](#) στερεότυπικών επικοινωνιών που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε. [Επίσης εδώ θα βρείτε εικόνες](#) και άλλα παραδείγματα. Εμπλουτίστε τη λίστα με πρόσθετα παραδείγματα που θα βρείτε

1. Οι ενδιαφερόμενοι υποχρεούνται να συμπληρώσουν το έντυπο έως την Παρασκευή.
2. Πρέπει να μιλήσω με τη γραμματέα - είναι στο γραφείο της;
3. Προώθηση της ιδιότητας των νέων ατόμων ως ενεργούς πολίτες και ως ευρωπαίους πολίτες.
4. Κάθε νοσοκόμα πρέπει να φροντίζει τη δική της στολή και να καλύπτει η ίδια τα έξοδα.
5. Οι φοιτητές καλούνται να στείλουν τα στοιχεία τους στην γραμματεία της σχολής.
6. Ο υπεύθυνος του ιατρείου πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας.
7. Κάθε συμμετέχων πρέπει να παρουσιάσει την ταυτότητά του.
8. Κάθε αφεντικό πρέπει να ξέρει ότι μπορεί να βασιστεί στους υπαλλήλους του.
9. Κάθε αιτών πρέπει να υποβάλει το βιογραφικό του.

## ΕΝΟΤΗΤΑ η.4

### Βέλτιστες πρακτικές για την επικοινωνία με αποφυγής στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

10. Όταν ένας φοιτητής στέλνει την αίτησή του, θα πρέπει να περιλαμβάνει μια ταχυδρομική διεύθυνση.
11. Οι γυναίκες δεν πρέπει να αναζητούν ηγετικές θέσεις.
12. Το Διοικητικό Συμβούλιο του Ιδρύματος αναζητά νέο Πρόεδρο για να υποβάλει αίτηση
13. Οι μαθητές συγκεντρώθηκαν στην είσοδο του σχολείου.
14. Η αεροπορική εταιρία θα ανανεώσει τη στολή για τις αεροσυνοδούς σε όλο το προσωπικό.
15. Όλοι οι συμμετέχοντες πρέπει να παρουσιάσουν την ταυτότητά τους.
16. Ήταν πολύ συναισθηματική για αυτή τη δουλειά

Στη συνέχεια, ζητήστε από τις ομάδες να παρουσιάσουν και να σχολιάσουν τα αποτελέσματα και από τις άλλες ομάδες να σχολιάσουν επίσης.

#### **Ερώτηση για την καθοδήγηση της συζήτησης:**

- Ποια είναι τα στοιχεία των παραπάνω ανακοινώσεων που πιστεύετε ότι αυξάνουν τα στερεότυπα;
- Θα μπορούσε αυτό να είχε ειπωθεί διαφορετικά;
- Ποιος/ποιά θα μπορούσε να είναι ο/η δημιουργός της επικοινωνίας και ποιος/ποιά θα μπορούσε να είναι ο/η παραλήπτης;
- Μπορούμε να παρατηρήσουμε τα ίδια μοτίβα σε συγκεκριμένους τομείς (εκπαίδευση, εργασία, ψυχαγωγία, πολιτική, αθλητισμός, τέχνες, άλλα;)

## **2. Διερεύνηση επικοινωνιακών πρακτικών αντιμετώπισης έμφυλων στερεοτύπων στη θεωρία (130')**

### **A. Θεωρία της Συμπεριληπτικής Γλώσσας Επικοινωνίας :**

Παρουσιάστε μια σύντομη θεωρία([δείτε παρακάτω και εδώ το θεωρητικό υλικό](#)) της γλώσσας που εισάγει διακρίσεις λόγω φύλου μαζί με παραδείγματα ή/και βίντεο (για νέους 18-25 ετών, μπορεί να χρησιμοποιήσει παραδείγματα από το χώρο εργασίας).

**Γλώσσα ευαίσθητη ως προς το φύλο** είναι όταν η ισότητα των φύλων εκδηλώνεται μέσω της γλώσσας. Η ισότητα των φύλων στη γλώσσα επιτυγχάνεται όταν οι γυναίκες, οι άνδρες και όσοι δεν προσαρμόζονται

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.4

### Βέλτιστες πρακτικές για την επικοινωνία με αποφυγής στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

στο δυαδικό σύστημα φύλου, αντιμετωπίζονται μέσω της γλώσσας ως άτομα ίσης αξίας, αξιοπρέπειας, ακεραιότητας και σεβασμού.

**Ουδέτερη ως προς το φύλο γλώσσα:** Αυτό δεν ορίζει ένα συγκεκριμένο φύλο και λαμβάνει υπόψη τους ανθρώπους γενικά, χωρίς καμία αναφορά σε γυναίκες ή άνδρες. Ονομάζεται επίσης γλώσσα τυφλού φύλου. Ένα πιθανό πλεονέκτημα της ουδέτερης ως προς το φύλο γλώσσας είναι ότι μπορεί να είναι πιο περιεκτική σε όσους δεν ταυτίζονται με δυαδικό τρόπο με ένα φύλο. Υλοποιείται με τη χρήση του «αυτοί» και την ανάπτυξη.

**Γλώσσα που εισάγει διακρίσεις λόγω φύλου:** Το αντίθετο της ευαίσθητης ως προς το φύλο γλώσσας. Περιλαμβάνει λέξεις, φράσεις και/ή άλλα γλωσσικά χαρακτηριστικά που αποδίδουν φύλο όταν το φύλο είναι άγνωστο ή άσχετο, και ως εκ τούτου ενθαρρύνουν στερεότυπα ή υποβαθμίζουν ή αγνοούν γυναίκες ή άνδρες.

Give the examples used in warm up activity, with **Wrong/Right** questions to **re-evaluate the categorisation**.

[\(Δείτε στο Πρόσθετες πηγές τη θεωρία της γλώσσας επικοινωνίας χωρίς αποκλεισμούς\)](#). (20')

#### **B. Αποφύγετε τη χρήση στερεοτύπων εικόνων φύλου:**

*Άσκηση 1* - Χωρίστε την ομάδα σε ομάδες και ζητήστε να επιλέξουν δύο τραγούδια με επίσημο βιντεοκλίπ ή ένα βίντεο του/της αγαπημένου/ης τους ειδώλου. Στη συνέχεια, θα πρέπει να αναλύσουν τους στίχους/λέξεις και εικόνες και να αναδείξουν τα στερεότυπα φύλου που υπάρχουν και τα **ευαίσθητα ως προς το φύλο στοιχεία αναπαράστασης**.

Στη συνέχεια, κάθε ομάδα μπορεί να παρουσιάσει τα στοιχεία που θα μπορούσαν να αναπαρασταθούν διαφορετικά στα βίντεο. (30')

*Σας συνιστούμε να επιλέξετε ένα αγαπημένο βιντεοκλίπ στην τοπική γλώσσα.- μουσική τραπ*

*ΤΡΑΝΟΣ:* [MANTAM, Kargiola](#)

Bossikan- Φεμινιστής

*ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:* [FLO RIDA - Good Girls On Vacation](#),

[Kanye West - Gold Digger ft. Jamie Foxx](#)

#### **Γ. Μοιραστείτε θετικά παραδείγματα: (20')**

Παρουσίαση 2-3 πραγματικών παραδειγμάτων/εφαρμογών από εταιρείες για την πρόληψη των έμφυλων στερεοτύπων. Για παράδειγμα, προγράμματα από πολυεθνικούς οργανισμούς, δημόσιους οργανισμούς, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών.

## ΕΝΟΤΗΤΑ η.4

### Βέλτιστες πρακτικές για την επικοινωνία με αποφυγής στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

Μοιραστείτε παραδείγματα (δείτε τα link στο πεδίο πρόσθετα υλικά) ανά συγκεκριμένο τομέα (STEM), παραδείγματα από πλατφόρμες κοινωνικών μέσων (fb, Instagram) [βίντεο, παρουσίαση]. Συνιστούμε να χρησιμοποιήσετε εθνικά & διεθνή παραδείγματα.

1. *Κώδικας σαν κορίτσι - Πρόγραμμα Vodafone*
2. *Γυναίκες στα προγράμματα STEM (science, technology, engineering and mathematics)*
3. *Εθνικό Πρόγραμμα Συνεργασίας Κοριτσιών (NGCP)- <https://ngcproject.org/>*
4. *ΓΥΝΑΙΚΕΣ CEOs στον τομέα της τεχνολογίας (για παράδειγμα στην Ελλάδα είναι στη Microsoft και την Google: ,*
5. *Τολμήστε στο STEM - Πρόγραμμα Deloitte*
6. *Το πρόγραμμα #makewhatsnext της Microsoft*
7. *Ταινίες και εφηβικές σειρές που εφαρμόζουν την ισότητα των φύλων.*
8. *Παράδειγμα: τηλεοπτική σειρά σεξουαλικής διαπαιδαγώγησης*
9. *ΚΑΜΠΑΝΙΑ: Run like a girl campaign*

Άσκηση 2 - Ζητήστε από τους μαθητές να χωριστούν σε ομάδες και να αναζητήσουν την ιστορία ενός/μιας επαγγελματία που έχει σπάσει τα στερεότυπα φύλου στον τομέα τους. Στη συνέχεια, ζητήστε τους να δημιουργήσουν ένα σύντομο άρθρο για αυτό το πρότυπο χρησιμοποιώντας ένα στοιχείο επικοινωνίας (γλώσσα, εικόνες, άλλα γραφικά) αποφεύγοντας τα στερεότυπα φύλου (για παράδειγμα, μοιραστείτε ιστορίες γυναικών και non-binary ατόμων που έχουν επιτύχει σε παραδοσιακά ανδροκρατούμενους τομείς). Επισημάνετε τα επιτεύγματα και τις εμπειρίες αυτών των ατόμων για να εμπνεύσετε άλλα άτομα να ακολουθήσουν παρόμοια μονοπάτια σταδιοδρομίας) (30')

#### **Δ. Ενισχύστε τις διαφορετικές φωνές.**

Άσκηση 3 - Χωρίστε σε ομάδες και δώστε ένα σενάριο σε κάθε ομάδα. Σε όλα τα μέλη θα ανατεθεί να χρησιμοποιήσουν τις φωνές τους για τους ανδρικούς και γυναικίους ρόλους στο σενάριο. Ζητήστε να παρατηρήσουν τις διαφορετικές σκέψεις και τα συναισθήματα για τους χαρακτήρες όταν χρησιμοποιούν κάθε φωνή. (20')

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.4

### Βέλτιστες πρακτικές για την επικοινωνία με αποφυγής στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

Ακολουθούν ορισμένα **παραδείγματα σεναρίων** (συνιστούμε να χρησιμοποιήσετε αποσπάσματα από σενάρια στην τοπική γλώσσα για να ταιριάζουν στην τοπική κουλτούρα).

Παρατηρήσεις:

1. Πώς αντιπροσωπεύονταν οι χαρακτήρες από κάθε φωνή (χαρακτηριστικά, γλώσσα σώματος, στάσεις)
2. Ποιος τόνος φωνής χρησιμοποιείται για κάθε χαρακτήρα κάθε φορά (επιθετικός, ελαφρύς, ήσυχος, φοβισμένος, βαρύς)

#### **Ε. Ενθαρρύνετε το διάλογο**

Πώς μπορείτε να δημιουργήσετε διαδραστικές επικοινωνίες;

Ρωτήστε τις ομάδες ποια είναι τα αγαπημένα τους διαδραστικά μέσα και με ποιους τρόπους αλληλεπιδρούν με τα πρότυπά τους. (10')

Ερώτηση για την καθοδήγηση της συζήτησης:

1. Ποια είναι τα αγαπημένα σας μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να αλληλεπιδράσετε με τα αγαπημένα σας πρότυπα;
2. Ποιο είναι το είδος της επικοινωνίας που έχετε με τα πρότυπά σας μέσω των social media σας; (επιστημονικές "μου αρέσει", αναδημοσιεύσεις, ετικέτες, σχόλια, συνομιλίες, αναφορές σε αναρτήσεις / ιστορίες, διάλογοι συνομιλίας, sms, κλήσεις, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, άλλα)
3. Η επικοινωνία σας είναι μονόδρομη ή αμφίδρομη και με ποιο τρόπο;
4. Μέχρι ποιο επίπεδο ακούγονται οι φωνές σας;

#### **4. Ανακεφαλαίωση & συμπέρασμα (10')**

- Αξιολόγηση αρχικών στόχων
- Ενότητα ερωτήσεων και απαντήσεων
- Λήξη της συνόδου

#### **Υλικά, εργαλεία**

- Χρήση tablets, κινητών τηλεφώνων και θα χρειαστεί σύνδεση wifi
- Χρειάζεστε χαρτιά και άλλα χαρτικά για να μοιραστείτε σημειώσεις, επίσης post-it
- Παροχή υλικού από περιοδικά, εφημερίδες, on-line πλατφόρμες, blogs ως υλικό για ασκήσεις
- Δημοσιεύσεις

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.4

Βέλτιστες πρακτικές για την επικοινωνία με αποφυγής στερεοτύπων φύλου στην αγορά εργασίας.

- Πρότυπα εργαστηρίου
- Υλικό κολλάζ για οπτικοποίηση ιστοριών

### Additional resources

1. [Λίστα παραδειγμάτων δραστηριότητας γνωριμίας.](#)

2. Η [Θεωρία της Περιεκτικής Γλώσσας Επικοινωνίας.C](#)

3. Μοιραστείτε θετικά παραδείγματα σε πολυεθνικούς ή τοπικούς οργανισμούς (μοιραστείτε επίσης συνδέσμους και συστάσεις για τοπικά ή διεθνή προγράμματα):

- Code like a girl - [Vodafone program](#)
- Women in STEM programs
- National Girls Collaborative Project (NGCP)- <https://ngcproject.org/>
- WOMEN CEOs in tech (for example in Greece are in [Microsoft](#) and [Google](#) ,
- Dare to STEM - [Delloite's program](#)
- Microsoft's [#makewhatsnext program](#)
- Movies and teenage series applying gender equality.  
Example: [sex education TV series](#)
- CAMPAIGN: [Run like a girl campaign](#)

Δ. Ενισχύστε τις διαφορετικές φωνές.

[Παραδείγματα σεναρίων](#) (συνιστάται η χρήση τους στην τοπική γλώσσα ώστε να ταιριάζουν στην τοπική κουλτούρα)

**ΕΝΟΤΗΤΑ n.5 - Προσδιορίστε και γνωρίστε τους βασικούς παράγοντες που διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρέχοντος οικοσυστήματος (τον στόχο και τα κριτήριά τους)**

**Υπεύθυνοι εταίροι: Province of Modena**

**Γενικοί στόχοι**

**Κύριος στόχος:** η εξοικείωση των νέων ατόμων με το ρόλο των Συμβούλων Ίσων Ευκαιριών και τα σημαντικά καθήκοντα τους στην εφαρμογή των αρχών των ίσων ευκαιριών και της μη διάκρισης στο χώρο εργασίας.

**Ειδικός στόχος:**

Να ενημερώσει τα νέα άτομα για τις μορφές διακρίσεων στο χώρο εργασίας και να τα ευαισθητοποιήσει για τα δικαιώματά τους, στο επαγγελματικό τους μέλλον

**Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα**

1. Ενημέρωση των νέων ατόμων για τον ρόλο των βασικών παραγόντων στη διασφάλιση των αρχών της ισότητας στον χώρο εργασίας
2. Ενημέρωση των νέων ατόμων για τις μορφές διακρίσεων που εξακολουθούν να υφίστανται στον χώρο της εργασίας.
3. Ενημέρωση των νέων ατόμων για τα δικαιώματά τους στον χώρο εργασίας ως ευρωπαίους πολίτες και εργαζόμενα άτομα.

**Σύντομη εισαγωγή του θέματος**

Προκειμένου να διασφαλιστεί η συμμόρφωση με την αρχή των ίσων ευκαιριών και της απαγόρευσης των διακρίσεων λόγω φύλου στον χώρο εργασίας, έχει προβλεφθεί η καθιέρωση του ρόλου του συμβούλου ισότητας σε διάφορα νομικά συστήματα.

Το θέμα αποδεικνύεται ότι έχει ιδιαίτερη προτεραιότητα, καθώς η εφαρμογή των αρχών της «ισότητας των φύλων» προβλέπεται στο νομικό σύστημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Είναι σημαντικό για τα νέα άτομα να κατανοήσουν πρώτα απ' όλα τι σημαίνει ισότητα των φύλων, ποια δικαιώματα έχουν οι εργαζόμενοι/ες και πώς να αναγνωρίζουν πότε δεν γίνονται σεβαστά, προκειμένου να είναι σε θέση να προστατεύσουν τον εαυτό τους.

Το πρώτο βήμα είναι η ευαισθητοποίηση σχετικά με την έννοια των διακρίσεων και τον τρόπο με τον οποίο εκδηλώνονται στον χώρο εργασίας.

Το δεύτερο βήμα είναι η ενημέρωσή σχετικά με την ισχύουσα νομοθεσία για την προστασία των δικαιωμάτων τους και, ως εκ τούτου, των βασικών εμπλεκόμενων παραγόντων.



## ΕΝΟΤΗΤΑ n.5 - Προσδιορίστε και γνωρίστε τους βασικούς παράγοντες που διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρέχοντος οικοσυστήματος (τον στόχο και τα κριτήριά τους)

Υπεύθυνοι εταιροί: Province of Modena

Στον κόσμο της εργασίας, οι σύμβουλοι για τις ίσες ευκαιρίες διαδραματίζουν θεμελιώδη ρόλο στην υπεράσπιση των δικαιωμάτων ισότητας των φύλων, εργάζονται για την προστασία των εργαζομένων μέσω άμεσης διαμεσολάβησης με τους εργοδότες.

Οι νέες/οι που προσεγγίζουν τον κόσμο της εργασίας πρέπει να ενημερώνονται για αυτά τα θέματα, να γνωρίζουν τα δικαιώματά τους για «μη διάκριση στον χώρο εργασίας» και να γνωρίζουν ότι δεν είναι μόνοι.

Προτεινόμενες δραστηριότητες της ενότητας - χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και βοηθητικό υλικό

### 1. Εισαγωγή (10')

- Ανακεφαλαίωση προηγούμενων ενοτήτων
- Δραστηριότητα γνωριμίας:

Δείξτε στους συμμετέχοντες το βίντεο [«Γιατί εξακολουθεί να υπάρχει ανισότητα των φύλων στην Ευρώπη;»](#)

### 2. QUIZ & Συζήτηση ιδεών (30')

Ένα κουίζ/παιχνίδι μπορεί να είναι ένας ελκυστικός τρόπος για να ξεκινήσει μια συζήτηση μεταξύ των νέων ατόμων σχετικά με τις διακρίσεις λόγω φύλου στον χώρο εργασίας. Ακολουθεί ένα κουίζ με ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής που σχετίζονται με το θέμα. Αφού οι συμμετέχοντες/συμμετέχουσες απαντήσουν στις ερωτήσεις, ο/η συντονιστής/συντονίστρια μπορεί να χρησιμοποιήσει τις απαντήσεις τους ως στοιχεία για τη συζήτηση.

#### α. Τι είναι οι διακρίσεις λόγω φύλου στον χώρο εργασίας;

- α) Παροχή προαγωγών με βάση την αξία και τα προσόντα.
- β) Ίση μεταχείριση όλων των εργαζομένων, ανεξαρτήτως φύλου.
- γ) Παροχή διαφορετικών ευκαιριών απασχόλησης και αμοιβής με βάση το φύλο ενός ατόμου.
- δ) Ενθάρρυνση ενός ποικιλόμορφου και χωρίς αποκλεισμούς εργασιακού περιβάλλοντος.

**2. Σωστό ή λάθος:** Οι διακρίσεις λόγω φύλου επηρεάζουν μόνο τις γυναίκες, όχι τους άνδρες.

**ΕΝΟΤΗΤΑ n.5 - Προσδιορίστε και γνωρίστε τους βασικούς παράγοντες που διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρέχοντος οικοσυστήματος (τον στόχο και τα κριτήριά τους)**

**Υπεύθυνοι εταίροι: Province of Modena**

**3. Ποιο από τα παρακάτω αποτελεί παράδειγμα διάκρισης λόγω φύλου στις προσλήψεις;**

- α) Προσφορά ευέλικτου ωραρίου εργασίας για όλους/όλες τους αιτούντες.
- β) Προτίμηση σε άνδρες υποψηφίους για ηγετικούς ρόλους.
- γ) Εξέταση τόσο των ανδρών όσο και των γυναικών υποψηφίων ισότιμα για τη θέση.
- δ) Διεξαγωγή τυφλών αναθεωρήσεων βιογραφικού σημειώματος για την άρση των προκαταλήψεων λόγω φύλου.

**Ποιο είναι το μισθολογικό χάσμα μεταξύ των φύλων;**

- α) Η διαφορά στις αμοιβές μεταξύ ανδρών και γυναικών CEOs.
- β) Η διαφορά αμοιβής μεταξύ ανδρών και γυναικών εργαζομένων που εκτελούν την ίδια εργασία.
- γ) Το χρηματικό ποσό που κερδίζουν οι άνδρες περισσότερο από τις γυναίκες συνολικά.
- δ) Η μισθολογική διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών νεοεισερχόμενων υπαλλήλων.

**5. Σωστό ή λάθος:** Οι διακρίσεις λόγω φύλου είναι πάντα προφανείς και εύκολο να εντοπιστούν.

**6. Ποια από τις παρακάτω δράσεις μπορεί να συμβάλει στην καταπολέμηση των διακρίσεων λόγω φύλου στον χώρο εργασίας;**

- α) Προώθηση μιας εργασιακής κουλτούρας που ενθαρρύνει τη διαφορετικότητα και την ένταξη.
- β) Πρόσληψη μόνο ενός φύλου για τη διατήρηση ενός ισορροπημένου εργατικού δυναμικού.
- γ) Καταβολή υψηλότερων μισθών στους άνδρες υπαλλήλους για την προσέλκυση κορυφαίων ταλέντων.
- δ) Ανάθεση συγκεκριμένων ρόλων εργασίας με βάση τους παραδοσιακούς ρόλους των φύλων.

**7. Σε τι αναφέρεται ο όρος «γυάλινη οροφή/glass ceiling» στο πλαίσιο του χώρου εργασίας;**

**ΕΝΟΤΗΤΑ n.5 - Προσδιορίστε και γνωρίστε τους βασικούς παράγοντες που διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρέχοντος οικοσυστήματος (τον στόχο και τα κριτήριά τους)**

**Υπεύθυνοι εταίροι: Province of Modena**

- α) Ένα εμπόδιο που εμποδίζει τις γυναίκες να εισέλθουν στο εργατικό δυναμικό.
- β) Διαφανής οροφή στα κτίρια γραφείων.
- γ) Ένα αόρατο εμπόδιο που εμποδίζει την επαγγελματική εξέλιξη των γυναικών σε κορυφαίες ηγετικές θέσεις.
- δ) Μια εταιρική πολιτική με στόχο την προώθηση της ποικιλομορφίας των φύλων.

**8. Πώς μπορούν οι νέοι να συμβάλουν στη μείωση των διακρίσεων λόγω φύλου στον χώρο εργασίας;**

- α) Αποφεύγοντας συζητήσεις για θέματα φύλου στην εργασία.
- β) Υποστηρίζοντας δίκαιες πρακτικές πρόσληψης και ίση αμοιβή.
- γ) Αποδεχόμενοι τις διακρίσεις λόγω φύλου ως αναπόφευκτο μέρος του χώρου εργασίας.
- δ) Αγνοώντας περιπτώσεις προκατάληψης λόγω φύλου για τη διατήρηση ενός ειρηνικού εργασιακού περιβάλλοντος.

Απαντήσεις:

1. Παροχή διαφορετικών ευκαιριών απασχόλησης και αμοιβής με βάση το φύλο ενός ατόμου.
2. ΛΑΘΟΣ
3. Προτίμηση σε άνδρες υποψηφίους για ηγετικούς ρόλους.
4. Η διαφορά αμοιβής μεταξύ ανδρών και γυναικών εργαζομένων που εκτελούν την ίδια εργασία.
5. ΛΑΘΟΣ
6. Προώθηση μιας εργασιακής κουλτούρας που ενθαρρύνει τη διαφορετικότητα και την ένταξη.
7. Ένα αόρατο εμπόδιο που εμποδίζει την επαγγελματική εξέλιξη των γυναικών σε κορυφαίες ηγετικές θέσεις.
8. Υποστηρίζοντας δίκαιες πρακτικές πρόσληψης και ίση αμοιβή.

ΣΥΖΗΤΗΣΗ: Αφού τα άτομα απαντήσουν στις ερωτήσεις του κουίζ, ο/η συντονιστής/τρια μπορεί να χρησιμοποιήσει τις απαντήσεις τους ως σημεία εκκίνησης για τη συζήτηση. Ενθαρρύνετέ να μοιραστούν απόψεις, να διερευνήσουν τους λόγους πίσω από τις απαντήσεις τους και να συζητήσουν πιθανές λύσεις για την καταπολέμηση των διακρίσεων λόγω φύλου στον χώρο εργασίας. Τονίστε τη σημασία του

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.5 - Προσδιορίστε και γνωρίστε τους βασικούς παράγοντες που διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρέχοντος οικοσυστήματος (τον στόχο και τα κριτήριά τους)

Υπεύθυνοι εταίροι: Province of Modena

σεβασμού και της ενεργού ακρόασης κατά τη διάρκεια της συζήτησης για τη δημιουργία ενός εποικοδομητικού και χωρίς αποκλεισμούς περιβάλλοντος συζήτησης.

### 3. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ:

Προσκαλέστε έναν ειδικό (\*Σύμβουλο επαγγελματικής κατάρτισης ή ειδικό στα θέματα Ίσων Ευκαιριών) και οργανώστε μια συνέντευξη με τα νέα άτομα που συμμετέχουν το πρόγραμμα (μπορεί να γίνει διαδικτυακά ή πρόσωπο με πρόσωπο) (1,5 ώρα)

Ο/Η συντονιστής/τρια θα συντονίσει τη συνεδρία. Μετά την παρουσίαση της/του συμβούλου, οι συμμετέχοντες/χουσες θα ηγηθούν της συνέντευξης.

**Προτεινόμενες ερωτήσεις** (επιλέξτε για την συνέντευξη και μοιράστε αναλόγως στα νέα άτομα):

- Πόσο διαδεδομένες είναι οι διακρίσεις λόγω φύλου στον χώρο εργασίας στην περιοχή ή τη χώρα μας και ποιες είναι οι πιο κοινές μορφές διακρίσεων που παρατηρούνται;
- Ποιες είναι μερικές από τις αρνητικές επιπτώσεις των διακρίσεων στο χώρο εργασίας, τόσο για τα άτομα όσο και για το συνολικό εργασιακό περιβάλλον;
- Πώς αντιμετωπίζει ο ειδικό στα θέματα Ίσων Ευκαιριών τις διακρίσεις λόγω φύλου στον χώρο εργασίας; Ποιες είναι οι στρατηγικές και οι δράσεις που εφαρμόζονται για την πρόληψη και την αντιμετώπισή της;
- Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις για την προώθηση των ίσων ευκαιριών και την αντιμετώπιση των διακρίσεων στον χώρο εργασίας, και πώς μπορούν να ξεπεραστούν;
- Πώς μπορεί να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση μεταξύ εργοδοτών και εργαζομένων σχετικά με τις διακρίσεις λόγω φύλου και τη δημιουργία ενός συμπεριληπτικού περιβάλλοντος;
- Υπάρχουν συγκεκριμένες πολιτικές ή πρωτοβουλίες που προωθούνται από τον ειδικό στα θέματα Ίσων ευκαιριών που αποσκοπούν στη διασφάλιση ίσης μεταχείρισης όλων των φύλων στο εργατικό δυναμικό;

**ΕΝΟΤΗΤΑ n.5 - Προσδιορίστε και γνωρίστε τους βασικούς παράγοντες που διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρέχοντος οικοσυστήματος (τον στόχο και τα κριτήριά τους)**

**Υπεύθυνοι εταίροι: Province of Modena**

- Πώς μπορούμε να ενθαρρύνουμε τις εταιρείες και τους οργανισμούς να εφαρμόσουν πολιτικές ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής και άλλα μέτρα για την υποστήριξη των εργαζομένων όλων των φύλων;
- Ποια είναι τα συγκεκριμένα μέτρα που μπορούν να λάβουν οι εταιρείες για την εξάλειψη των διακρίσεων λόγω φύλου στις διαδικασίες πρόσληψης και προαγωγής;

Υ.Γ: Εάν δεν είναι δυνατή η επικοινωνία με έναν ειδικό σε θέματα Ίσων Ευκαιριών, προσκαλέστε τον Influencer ή τους φορείς/ενδιαφερόμενους φορείς που δραστηριοποιούνται στην προώθηση θεμάτων ισότητας των φύλων

**4. Ανακεφαλαίωση & Συμπεράσματα (20')**

- Ερωτήσεις και απαντήσεις
- Εργασίες για την επόμενη ενότητα (στην περίπτωση που υπάρχει χρονική απόσταση μεταξύ ενοτήτων)

**Υλικά, εργαλεία**

Φύλλα χαρτιού, γραφική ύλη, αφίσα, διαδίκτυο/κινητό τηλέφωνο  
Κατάλογος ερωτήσεων  
Δελτίο νομοθεσίας για τις ίσες ευκαιρίες και τις διακρίσεις

**Πρόσθετοι πόροι**

Για περισσότερες πληροφορίες ή στατιστικά στοιχεία επισκεφθείτε τους συνδέσμους:

1. [Εκπρόσωπος για το Φύλο και τη Διαφορετικότητα](#)
1. [Σχέδιο δράσης για θέματα φύλου](#)
2. [Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων \(EIGE\)](#)
3. [Στρατηγική για την ισότητα των φύλων. Επιτεύγματα και βασικοί τομείς δράσης](#)
4. [Τι έχουν να πουν οι Ευρωπαίοι για την ισότητα των φύλων](#)

## ΕΝΟΤΗΤΑ η.6 - Πώς να 'χτίσουμε' μια αφήγηση/ιστορία αποφεύγοντας τα στερεότυπα φύλου.

Υπεύθυνοι εταίροι: DDS

### Γενικοί στόχοι

**Κύριος στόχος:** να κατανοήσουν ότι υπάρχουν κυρίαρχες αφηγήσεις στερεότυπων φύλου.

**Ειδικοί στόχοι:**

- Να κατανοήσουν πώς τα αγαπημένα πρότυπα των νέων στην πραγματική ζωή χτίζουν τις αφηγήσεις τους στην αγορά εργασίας.
- Να μάθουν πρακτικά εργαλεία για την αντιμετώπιση των στερεοτύπων φύλου στις αφηγήσεις της αγοράς εργασίας.

### Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

1. Απόκτηση των κύριων στοιχείων για τη δημιουργία μιας ιστορίας/αφήγησης (σύμφωνα με τη βασική θεωρία της βιβλιογραφίας).
2. Καλύτερη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα εργαλεία για τη δημιουργία φανταστικών ιστοριών μπορούν να εφαρμοστούν σε πραγματικές ιστορίες, όπως η δημιουργία αφηγήσεων για διαδρομές σταδιοδρομίας.
3. Αυξημένη ικανότητα ανίχνευσης και αντιμετώπισης στερεοτύπων φύλου σε κάθε είδους ιστορία - φανταστική και πραγματική.

### Σύντομη εισαγωγή του θέματος

Για αιώνες, οι ιστορίες ήταν ένα μεγάλο εργαλείο για να κατανοήσουμε τον κόσμο, εκτός από ένα μεγάλο εργαλείο για κοινωνική αλλαγή. Αλλά οι κυρίαρχες αφηγήσεις κυριαρχούνται επίσης, εδώ και αιώνες, από μια πατριαρχική και σεξιστική άποψη, με στερεότυπα φύλου.

Το εργαστήριο επικεντρώνεται σε δύο κύρια θέματα. Πρώτον, το θέμα του πώς χτίζεται μια ιστορία. Και δεύτερον, το θέμα των στερεοτύπων φύλου μέσα στις ιστορίες, πώς να τα εντοπίσουμε και να τα αντιμετωπίσουμε.

Και στις δύο περιπτώσεις, οι ασκήσεις θα καθοδηγήσουν τους συμμετέχοντες σε ένα ταξίδι που πηγαίνει από τη μυθοπλασία στην πραγματικότητα. Παραδείγματα μυθοπλασίας χρησιμοποιούνται στην ενότητα για να κατανοήσουν πώς χτίζεται μια ιστορία και πώς ιστορικά τα στερεότυπα φύλου ήταν παρόντα στη λογοτεχνία και τον κινηματογράφο. Στη συνέχεια τα άτομα που συμμετέχουν θα προεκτείνουν αυτά που έμαθαν στον πραγματικό κόσμο, για να κατανοήσουν πώς τα πρότυπα ρόλων των νέων ατόμων εξηγούν τις δικές τους ιστορίες (εστιάζοντας στην επαγγελματική τους πορεία), πώς τα στερεότυπα φύλου μπορούν να επηρεάσουν τις αφηγήσεις τους και πώς να τα αποφύγουν.

### 1. Εισαγωγή (15')

- Εισαγωγή
- Ομαδική δραστηριότητα γνωριμίας
- Παρουσίαση της ενότητας

### 2. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ: Πώς χτίζονται οι αφηγήσεις; (60')

#### 2.1 Παρουσίαση από τον συντονιστή/ εκπαιδευτή:

Παρουσιάστε τη [Θεωρία των βασικών στοιχείων](#) για τη δημιουργία μιας αφήγησης (σύμφωνα με τη βασική θεωρία της βιβλιογραφίας) :

- Θέμα,
- πλοκή,
- χαρακτήρες (κύριος χαρακτήρας, ανταγωνιστής, δευτερεύων χαρακτήρας/σύμμαχος),
- σύγκρουση,
- σκηνικό,
- οπτική.

Χρήσιμος πόρος: [Επεξήγηση αφηγηματικών στοιχείων από το Πανεπιστήμιο Lewis](#)

**Παρουσίαση του τρόπου με τον οποίο αυτά τα στοιχεία μπορούν να εφαρμοστούν σε ένα πραγματικό παράδειγμα.**

Για παράδειγμα: Γκρέτα Τούνμπεργκ.

[Αποκτήστε πρόσβαση στην παρουσίαση εδώ.](#)

#### 2.2 Δραστηριότητα: Αναλύστε την ιστορία ενός αγαπημένου προτύπου, ανά ομάδες(40')

Χωρίστε τα άτομα που συμμετέχουν σε τρεις ομάδες και ζητήστε να επιλέξουν ένα πρότυπο που θέλουν να αναλύσουν την προσωπική του/της αφήγηση. (ενθαρρύνετε την ανάλυση προτύπων που καταρρίπτουν τα στερεότυπα φύλου)

Οι ομάδες θα αναλύσουν την ιστορία τους μέσα από τα βασικά στοιχεία που έχουν παρουσιαστεί στη θεωρία (δείτε παρακάτω στο πρόσθετο υλικό: φύλλο αφηγηματικών στοιχείων με βασικές ερωτήσεις προς απάντηση ανά αφηγηματικό στοιχείο)


Κάθε ομάδα θα παρουσιάσει το πρότυπό της στους υπόλοιπους συμμετέχοντες με την ανάλυση για την προσωπική αφήγηση.

Θα ακολουθήσει ανοιχτή συζήτηση:

Από όλες τις παρουσιάσεις, ποια ιστορία μοντέλου βρήκατε πιο ενδιαφέρουσα και γιατί; Είναι λόγω του θέματος στο οποίο εργάζονται,

	<p>του χαρακτήρα ή της σύγκρουσης που έχουν επιλέξει να λύσουν/αντιμετωπίσουν;</p> <p><b>3. ΑΣΚΗΣΗ: Στερεότυπα φύλου στις αφηγήσεις (60')</b>          Οι ίδιες ομάδες θα επιλέξουν 2 κλασσικές ιστορίες (παράδειγμα γνωστά παραμύθια) και θα επισημάνουν τις στερεοτυπικές στάσεις, τους χαρακτήρες και τη γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε στην ιστορία. Έπειτα θα ζητηθεί να ξαναγράψουν την ιστορία έτσι ώστε να εξαλειφθεί το στερεότυπο.</p> <p><a href="#">Αποκτήστε πρόσβαση στην παρουσίαση με παραδείγματα εδώ.</a></p> <p><b>4. Ανακεφαλαίωση &amp; Συμπεράσματα (10')</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ερωτήσεις και απαντήσεις</li> <li>- Εργασίες για την επόμενη ενότητα (στην περίπτωση που υπάρχει χρονική απόσταση μεταξύ ενοτήτων)</li> </ul>
<p><b>Υλικά, εργαλεία</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Στυλό</li> <li>- Φύλλα χαρτιού</li> <li>- Σημειώσεις ακροατηρίου:</li> <li>- Για τη Δραστηριότητα 1: φύλλο αφηγηματικών στοιχείων, με βασικές ερωτήσεις προς απάντηση ανά αφηγηματικό στοιχείο</li> <li>- Για τη Δραστηριότητα 2: 2 ή 3 κλασσικές ιστορίες που συνοψίζονται σε 1 σελίδα</li> </ul>
<p><b>Πρόσθετοι πόροι και Links</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>ΑΣΚΗΣΗ 2.2 : Φύλλο αφηγηματικών στοιχείων με βασικές ερωτήσεις προς απάντηση ανά αφηγηματικό στοιχείο</u></li> </ul> <p>ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΜΠΝΕΥΣΗ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>TED Ομιλία του Jude Kelly: για την ανδρική προοπτική στην αφήγηση</u></li> <li>2. <u>Γιατί οι γυναίκες πρέπει να λένε τις ιστορίες της ανθρωπότητας:</u>          «Πώς κερδίζουν την εμπιστοσύνη οι καλύτεροι ηγέτες και οραματιστές του κόσμου; Δεν παρουσιάζουν μόνο δεδομένα, λένε επίσης υπέροχες ιστορίες. Η σύμβουλος ηγεσίας Karen Eber απομυθοποιεί τι κάνει την αποτελεσματική αφήγηση και εξηγεί πώς ο καθένας μπορεί να την αξιοποιήσει για να δημιουργήσει ενσυναίσθηση και να εμπνεύσει δράση».</li> <li>3. <u>Πώς ανταποκρίνεται ο εγκέφαλός σας στις ιστορίες και γιατί είναι ζωτικής σημασίας για τους ηγέτες</u>          «Πώς κερδίζουν την εμπιστοσύνη οι καλύτεροι ηγέτες και οραματιστές του κόσμου; Δεν παρουσιάζουν μόνο δεδομένα - λένε επίσης μεγάλες ιστορίες. Η σύμβουλος ηγεσίας Karen Eber απομυθοποιεί τι κάνει την</li> </ol>





αποτελεσματική αφήγηση και εξηγεί πώς ο καθένας μπορεί να την αξιοποιήσει για να δημιουργήσει ενσυναίσθηση και να εμπνεύσει δράση».

## ΕΝΟΤΗΤΑ n.7 - Δημιουργία εργαλειοθήκης για την αντιμετώπιση στερεοτύπων στην αγορά εργασίας

Υπεύθυνοι Εταίροι: DATEY

### Γενικοί στόχοι

**Κύριος στόχος:** Να δημιουργηθεί μια διαδικτυακή εργαλειοθήκη που θα περιέχει εργαλεία που μπορούν να βοηθήσουν τους νέους να αντιμετωπίσουν τα στερεότυπα φύλου κατά την προετοιμασία τους για μια επιτυχημένη είσοδο στην αγορά εργασίας.

#### Ειδικοί στόχοι:

1. Ευαισθητοποίηση σχετικά με τη δική τους συμπεριφορά, τις στάσεις και τις ασυνείδητες προκαταλήψεις (συνέντευξη εργασίας, φωτογραφίες / διατύπωση στην αίτηση κ.λπ.) κατά την είσοδό τους στην αγορά εργασίας
2. Ευαισθητοποίηση των συμμετεχόντων σχετικά με το τι ενδέχεται να αντιμετωπίσουν κατά την είσοδό τους στην αγορά εργασίας και διερεύνηση πιθανών αντιδράσεων

### Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

1. Ευαισθητοποίηση σε προκλήσεις που σχετίζονται με το φύλο.
2. Αυξημένη γνώση των ευαίσθητων ως προς το φύλο εργαλείων που μπορούν να παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες για την έρευνα εταιρειών, τη συζήτηση μισθών, τη σύνταξη βιογραφικών σημειωμάτων, την προετοιμασία και τη συμμετοχή σε συνεντεύξεις εργασίας και τη λήψη μέτρων για την επιλογή σταδιοδρομίας και την αναζήτηση εργασίας.

### Σύντομη εισαγωγή του θέματος

Αυτή η ενότητα στοχεύει στην ευαισθητοποίηση των συμμετεχόντων ατόμων σε ορισμένα από τα στερεότυπα φύλου που ενδέχεται να συναντήσουν κατά την είσοδό τους στην αγορά εργασίας. Τους εμπλέκει ενεργά στον εντοπισμό εργαλείων για την αναγνώριση, την αντιμετώπιση ή/και την υπέρβαση αυτών των στερεοτύπων. Αυτά τα εργαλεία μπορεί π.χ. να είναι διαδικτυακά βίντεο, δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιστότοποι, άρθρα, κείμενα κ.λπ. Κάθε εργαλείο θα αποτελείται από έναν σύνδεσμο προς μια διαδικτυακή πηγή και μια σύντομη περιγραφή του εργαλείου. Η τελική εργαλειοθήκη θα αποτελείται από όλα τα εργαλεία που συλλέγονται και θα διατίθεται δωρεάν στο διαδίκτυο.

Προαιρετική εισαγωγική ανάγνωση για εκπαιδευτή:

<https://www.impact.acu.edu.au/global/how-gender-stereotypes-limit-child-career-choice>

**Προτεινόμενες δραστηριότητες της ενότητας - χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και βοηθητικό υλικό**

### **1. Εισαγωγή (15')**

- Εισαγωγή
- Ομαδική δραστηριότητα γνωριμίας
- Παρουσίαση της δομής της ενότητας

### **2. ΘΕΩΡΙΑ: ΕΡΓΑΛΕΙΟΘΗΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (20')**

Εισαγωγικές ερωτήσεις για τα άτομα που συμμετέχουν στην άσκηση και στην ανάπτυξη εργαλείων που θα ενισχύσουν την γνώση των νέων απόμων στην προσέγγιση των ευκαιριών εργασίας:

- «Ποιος έχει εμπειρία με την υποβολή αίτησης για εργασία ή πρακτική άσκηση; Πείτε μας για αυτό»,
- "Ποια είναι τα βήματα και οι δραστηριότητες που πρέπει να αναλάβει κάποιος κατά την είσοδό του στην αγορά εργασίας;" (διαδικασία υποβολής αιτήσεων εργασίας κ.λπ.).

Ο/Η εκπαιδευτής/τρια συλλέγει προτάσεις σε έναν πίνακα, στη συνέχεια μοιράζει και συζητά το έγγραφο «ROADMAP» (βλ. παράρτημα 1 - φυλλάδιο «ROADMAP»). Το παρόν έγγραφο περιγράφει και ορίζει εν συντομία 4 παράγοντες της εισόδου στην αγορά εργασίας, σύμφωνα με τους οποίους θα είναι επίσης δομημένη η εργαλειοθήκη που θα δημιουργηθεί (δηλαδή θα αποτελείται από 4 μέρη).

Για τους σκοπούς αυτού του εργαστηρίου, αυτές οι 4 παράγοντες είναι:

- 1. Επιλογές σταδιοδρομίας:** Προφίλ θέσεων εργασίας, απαιτήσεις/τάσεις της αγοράς εργασίας και διαδρομές επιλογής σταδιοδρομίας
- 2. Εταιρίες:** Έρευνα για τις εταιρείες και συζήτηση για τους μισθούς (μισθολογικό χάσμα μεταξύ των φύλων)
- 3. Βιογραφικό:** Σύνταξη βιογραφικών σημειωμάτων
- 4. Συνέντευξη:** Προετοιμασία για συνεντεύξεις εργασίας

### **3. Συζήτηση ιδεών (20')**

Γίνονται οι παρακάτω ερωτήσεις στα άτομα που συμμετέχουν στο group, ώστε να ενισχυθεί η συζήτηση ιδεών:

- "Ποιες προκλήσεις που σχετίζονται με το φύλο θα μπορούσε κανείς να αντιμετωπίσει τους 4 παράγοντες;" (Μπορούν επίσης να περιλαμβάνουν ιστορίες από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, φίλους, προσωπική εμπειρία κ.λπ.).
- Ο εκπαιδευτής συλλέγει προτάσεις ανά στοιχείο σε έναν πίνακα, ώστε οι πληροφορίες που συλλέγονται να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όλους αργότερα κατά τη διάρκεια αυτού του εργαστηρίου.

Προετοιμασία εκπαιδευτικών: σκεφτείτε πιο λεπτομερείς ερωτήσεις που σχετίζονται με τις 4 συνιστώσες: π.χ. "Ποια στερεότυπα που σχετίζονται με το φύλο μπορεί να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο γράφω ένα βιογραφικό σημείωμα ή βιογραφικό;"

*Προετοιμασία εκπαιδευτή:*

1) Διαβάστε το άρθρο σχετικά με τα στερεότυπα και την επίδρασή τους στις επιλογές σταδιοδρομίας:  
<https://www.in-mind.org/article/what-career-should-i-choose-how-self-stereotyping-can-influence-career-decisions>

#### **4. ΑΣΚΗΣΗ: Έρευνα και εντοπισμός εργαλείων-ROADMAP (60')**

**Βήμα 1:** Ο εκπαιδευτής δείχνει 1-2 εργαλεία ανά παράγοντα. Αυτά τα εργαλεία μπορεί να είναι καθοδηγητικά βίντεο, διαδικτυακά άρθρα ή κείμενα, δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που θα βοηθήσουν τα νέα άτομα για την αναζήτηση επαγγελματικής πορείας. (Δείτε στους πρόσθετους πόρους παραδείγματα)

Συνιστάται η χρήση εργαλείων μόνο στην εθνική γλώσσα, τα παρακάτω εργαλεία είναι απλώς παραδείγματα στα αγγλικά για να καθοδηγήσουν τον εκπαιδευτή.

Έπειτα τα νέα άτομα που συμμετέχουν, καλούνται να σημειώσουν τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σε κάθε στοιχείο (σε μορφή λίστας).

A. Παραδείγματα παράγοντα 1- Επιλογές σταδιοδρομίας:

- Πώς να δημιουργήσετε ένα σχέδιο σταδιοδρομίας/καριέρας(για νέους18-25):

<https://www.youthcentral.vic.gov.au/jobs-and-careers/plan-your-career/how-to-create-a-career-plan> // or:

- Πώς να ερευνήσετε τα προφίλ εργασίας:  
<https://www.youthemployment.org.uk/careers-hub/>

Β. Παραδείγματα παράγοντα 2- Εταιρίες:

Μισθολογικό χάσμα μεταξύ των φύλων (example from Canada):

<https://www.mydoh.ca/learn/blog/education/the-gender-pay-gap-explained-for-kids-and-teens/>

Γ. Παραδείγματα παράγοντα 3- Βιογραφικό:

Συμβουλές για φωτογραφίες για εφαρμογές / γυναίκες: [6 tips for the optimal application photo: Women underestimate role stereotypes | Top10 Blog & Publishing House Best of HR - Berufebilder.de@ \(best-of-hr.com\)](#)

Δ. Παραδείγματα παράγοντα 4- Συνεντεύξεις:

Για χρήση με μαθητές: Πιθανές ερωτήσεις σχετικά με την ισότητα των φύλων για συνεντεύξεις εργασίας για τις οποίες μπορούν να προετοιμαστούν οι νέοι: [7 Diversity Questions for Interviews \(With Sample Answers\) | Indeed.com](#)

**Βήμα 2:** Τα άτομα που συμμετέχουν, χωρίζονται σε 4 ομάδες και σε κάθε ομάδα ανατίθεται έναν από τους 4 παράγοντες (μπορούν να επιλέξουν όποιον θέλουν να εργαστούν).

Κάθε ομάδα αναλαμβάνει μέσω διαδικτυακής έρευνας να βρει τουλάχιστον 5 εργαλεία (συνδέσμους βίντεο, άρθρα, αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.λπ.) που σχετίζονται με τον παράγοντα που τους έχει ανατεθεί και να προσθέσει μια σύντομης περιγραφής κάθε εργαλείου (π.χ. "Αυτό το βίντεο από τη χώρα X δείχνει...").

Κάθε ομάδα θα κληθεί στη συνέχεια να παρουσιάσει 1 παράδειγμα σε ολόκληρη την ομάδα και να εξηγήσει γιατί πιστεύει ότι αυτό είναι ένα χρήσιμο εργαλείο.

*Προετοιμασία εκπαιδευτή:*

2) *Ερευνήστε διαδικτυακά παραδείγματα εργαλείων στην εθνική σας γλώσσα, ώστε να μπορείτε να δείξετε 1-2 εργαλεία ανά στοιχείο.*

#### **a. Παρουσίαση πραγματικού παραδείγματος (30')**

Κάθε θα παρουσιάσει / εξηγήσει το ένα εργαλείο που ήθελε να δείξει στην ομάδα. Θα διαβάσουν επίσης τις περιγραφές που έγραψαν για όλα τα άλλα εργαλεία που έχουν συλλέξει στην υποομάδα τους. Στο τέλος, όλοι στην ομάδα γνωρίζουν όλα τα εργαλεία που έχουν συλλεχθεί.

	<p>Όλα τα εργαλεία (σύνδεσμοι) και οι περιγραφές τους συλλέγονται σε μια ηλεκτρονική εργαλειοθήκη (ορίστε έναν συμμετέχοντα ή έναν εκπαιδευτή για να το κάνετε αυτό κατά τη διάρκεια των παρουσιάσεων). Η εργαλειοθήκη είναι δομημένη σε 4 μέρη, 1 για κάθε στοιχείο.</p> <p><b>a. Συζήτηση (30')</b></p> <p>Οι συμμετέχοντες/ουσες εξερευνούν την ηλεκτρονική εργαλειοθήκη. Ερωτώνται αν πιστεύουν ότι ένα θέμα δεν έχει καλυφθεί / αν πιστεύουν ότι λείπει κάποιο εργαλείο.</p> <p>Το κάθε άτομο καλείται να επιλέξει τουλάχιστον 2 εργαλεία που πιστεύει ότι είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για αυτούς προσωπικά ("τα αγαπημένα μου εργαλεία") και αρκετοί/ες συμμετέχοντες/ουσες θα παρουσιάσουν τον λόγο για τον οποίο επέλεξαν αυτό το εργαλείο.</p> <p>Θα ακολουθήσει συζήτηση με θέμα «Τι θα κάνω διαφορετικά μετά από αυτή τη συνεδρία, τι έχω μάθει;»</p> <p><b>5. Ανακεφαλαίωση &amp; Συμπεράσματα (20')</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ερωτήσεις και απαντήσεις</li> <li>- Εργασίες για την επόμενη ενότητα (στην περίπτωση που υπάρχει χρονική απόσταση μεταξύ ενοτήτων)</li> </ul>
<b>Χρήσιμα Υλικά</b>	<p>Πρόσβαση στο διαδίκτυο, φορητοί υπολογιστές για τους συμμετέχοντες</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- τουλάχιστον ένας για κάθε μία από τις 4 υποομάδες και ένας για τον εκπαιδευτή, beamer, whiteboard (εκτυπωτής - προαιρετικός)</li> </ul>

## Annex to session n.7

### Παράρτημα της ενότητας αριθ.7

#### **HANADMAP- Χάρτης διαδρομής**

Για την άσκηση 4, χρησιμοποιήστε το ακόλουθο έγγραφο «ROADMAP ΦΥΛΛΑΔΙΟ " ROADMAP" –  
**Οι 4 παράγοντες**

**Είσοδος στην αγορά εργασίας**

Για το σημερινό εργαστήριο, έχουμε δομήσει τη διαδικασία εισόδου στην αγορά εργασίας σε 4 ξεχωριστές συνιστώσες. Για το καθένα, θα διερευνήσουμε πιθανά ζητήματα που σχετίζονται με το φύλο που μπορεί να προκύψουν!

Ακολουθεί ένας οδηγός βημάτων που ορίζει τι εννοούμε με τους 4 παράγοντες:

### **Παράγοντας 1- Επιλογές σταδιοδρομίας: Ποιες δυνατότητες εργασίας υπάρχουν για μένα;**

Ενημέρωση σχετικά με τα προφίλ θέσεων εργασίας και τις απαιτήσεις της αγοράς εργασίας, διερεύνηση διαφορετικών οδών επιλογής σταδιοδρομίας

Αυτό το στοιχείο μπορεί να περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενέργειες:

- Διεξάγετε διαδικτυακή έρευνα για να εξερευνήσετε διαφορετικά προφίλ θέσεων εργασίας και τις περιγραφές τους. Προσδιορίστε τις βιομηχανίες και τους τομείς ενδιαφέροντος και μελετήστε τις ευθύνες, τα προσόντα και τις δεξιότητες που απαιτούνται για συγκεκριμένους ρόλους.
- Επικοινωνήστε με επαγγελματίες που εργάζονται σε τομείς ενδιαφέροντος και ζητήστε μια ενημερωτική συνέντευξη. Προετοιμάστε ένα σύνολο σχετικών ερωτήσεων για να μάθετε για την πορεία της σταδιοδρομίας τους, τις ευθύνες εργασίας, τα απαιτούμενα προσόντα και τις τρέχουσες τάσεις στην αγορά εργασίας.
- Παρακολουθήστε εκδηλώσεις για συγκεκριμένους κλάδους, εκθέσεις εργασίας και επαγγελματικές συγκεντρώσεις δικτύωσης. Συμμετέχετε σε συνομιλίες με επαγγελματίες από διαφορετικούς τομείς για να αποκτήσετε πληροφορίες σχετικά με τα προφίλ θέσεων εργασίας και τις απαιτήσεις της αγοράς εργασίας.
- Εγγραφείτε σε διαδικτυακά μαθήματα ή διαδικτυακά σεμινάρια που σχετίζονται με την εξερεύνηση σταδιοδρομίας και την ανάλυση της αγοράς εργασίας. Αυτές οι πλατφόρμες συχνά παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τις αναδυόμενες τάσεις εργασίας, τις απαιτούμενες δεξιότητες και τις μελλοντικές προοπτικές διαφορετικών βιομηχανιών.
- Γίνετε μέλος σχετικών επαγγελματικών ενώσεων ή οργανώσεων που αφορούν συγκεκριμένους κλάδους. Αυτές οι κοινότητες συχνά παρέχουν πόρους, αναφορές αγοράς εργασίας και ευκαιρίες δικτύωσης που μπορούν να σας βοηθήσουν να αποκτήσετε μια βαθύτερη κατανόηση των προφίλ εργασίας και των απαιτήσεων της αγοράς εργασίας.
- Ζητήστε καθοδήγηση από συμβούλους σταδιοδρομίας ή συμβούλους που ειδικεύονται στην παροχή πληροφοριών και υποστήριξης σχετικά με τα προφίλ θέσεων εργασίας και τη δυναμική της αγοράς εργασίας. Μπορούν να προσφέρουν εξατομικευμένες συμβουλές με βάση τα ενδιαφέροντα, τα προσόντα και τους στόχους σταδιοδρομίας σας.
- Εξετάστε το ενδεχόμενο συμμετοχής σε προγράμματα πρακτικής άσκησης ή μαθητείας για να αποκτήσετε πρακτική εμπειρία σε έναν συγκεκριμένο τομέα. Αυτές οι ευκαιρίες σας επιτρέπουν να συνεργαστείτε στενά με επαγγελματίες, να κατανοήσετε τις απαιτήσεις εργασίας και να δημιουργήσετε σχετικές δεξιότητες.

- Ελέγχετε τακτικά τις αγγελίες εργασίας σε διαδικτυακές πλατφόρμες ή ιστότοπους εταιρειών για να εντοπίσετε επαναλαμβανόμενες δεξιότητες, προσόντα και απαιτήσεις για διάφορες θέσεις. Αυτή η ανάλυση μπορεί να σας βοηθήσει να κατανοήσετε τις συγκεκριμένες δεξιότητες και γνώσεις που αναζητούν οι εργοδότες.
- φιερώστε χρόνο για να σκεφτείτε τις δικές σας δεξιότητες, ενδιαφέροντα και αξίες. Εξετάστε πώς ευθυγραμμίζονται με διαφορετικά προφίλ θέσεων εργασίας και απαιτήσεις της αγοράς εργασίας.

## **Στοιχείο 2- Εταιρίες: Για ποιον τύπο οργανισμού μπορώ να εργαστώ και τι θα κερδίσω;**

Η έρευνα εταιρειών και η εκμάθηση σχετικά με τους μισθούς μπορεί να περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενέργειες:

- Προσδιορίστε τους οργανισμούς ή τις εταιρείες για τις οποίες ενδιαφέρεστε να εργαστείτε. Εξετάστε παράγοντες όπως η βιομηχανία, το μέγεθος, η τοποθεσία, η φήμη και ο πολιτισμός. Δημιουργήστε μια λίστα με εταιρείες-στόχους που ευθυγραμμίζονται με τους στόχους της σταδιοδρομίας σας.
- Επισκεφθείτε τους δικτυακούς τόπους των οργανισμών-στόχων και εταιρειών. Εξερευνήστε την ενότητα "Καριέρα" ή "Θέσεις εργασίας" για να συλλέξετε πληροφορίες σχετικά με τις διαθέσιμες θέσεις, τις περιγραφές θέσεων εργασίας και τα απαιτούμενα προσόντα. Ορισμένοι ενδέχεται επίσης να παρέχουν κλίμακες μισθών ή πληροφορίες σχετικά με τους μισθούς στους ιστότοπούς τους.
- Χρησιμοποιήστε διαδικτυακούς πίνακες θέσεων εργασίας όπως το LinkedIn, το Indeed, το Glassdoor και το Monster. Αναζητήστε αγγελίες εργασίας στον κλάδο που επιθυμείτε ή σε συγκεκριμένες εταιρείες ενδιαφέροντος. Οι αγγελίες εργασίας συχνά περιλαμβάνουν πληροφορίες μισθού ή εκτιμήσεις εύρους μισθών.
- Ανατρέξτε σε ιστότοπους μισθών όπως το PayScale, το Salary.com ή τη λειτουργία μισθών του Glassdoor. Αυτές οι πλατφόρμες παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τους μέσους μισθούς για διάφορους τίτλους εργασίας, βιομηχανίες και τοποθεσίες. Μπορούν επίσης να προσφέρουν πρόσθετες πληροφορίες σχετικά με τις παροχές, τα μπόνους και τις τάσεις αποζημίωσης.
- Ερευνήστε το μισθολογικό χάσμα μεταξύ των φύλων για διάφορους τομείς και ενημερωθείτε σχετικά με τις τοπικές και εθνικές πολιτικές για την αντιμετώπιση του μισθολογικού χάσματος μεταξύ των φύλων.
- Αναζητήστε αναφορές, έρευνες ή ερευνητικές μελέτες για συγκεκριμένους κλάδους που παρέχουν πληροφορίες μισθού. Επαγγελματικές ενώσεις, δημοσιεύσεις του κλάδου και συμβουλευτικές εταιρείες δημοσιεύουν συχνά τέτοιες εκθέσεις.
- Αξιοποιήστε το επαγγελματικό σας δίκτυο και ζητήστε συμβουλές από άτομα που εργάζονται στον κλάδο ή τις εταιρείες που επιθυμείτε. Συμμετέχετε σε ενημερωτικές συνεντεύξεις ή συνομιλίες για να συλλέξετε πληροφορίες σχετικά με τις τυπικές



κλίμακες μισθών, τα πακέτα αποζημίωσης και τις στρατηγικές διαπραγμάτευσης. Οι προσωπικές συνδέσεις μπορούν να παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες από πρώτο χέρι.

- Συμμετέχετε σε συζητήσεις και φόρουμ όπου τα μέλη συχνά μοιράζονται πληροφορίες σχετικά με μισθούς και θέματα που σχετίζονται με αποζημιώσεις. Ορισμένες ενώσεις διεξάγουν επίσης έρευνες μισθών ή προσφέρουν πόρους σχετικά με τις τάσεις αποζημίωσης που αφορούν συγκεκριμένους κλάδους.
- Εξετάστε τις συνθήκες της τοπικής αγοράς εργασίας και το κόστος ζωής στην τοποθεσία-στόχο σας. Ερευνήστε τις περιφερειακές κλίμακες μισθών και τους παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν την αποζημίωση, όπως η προσφορά και η ζήτηση για ορισμένες δεξιότητες ή η παρουσία συγκεκριμένων βιομηχανιών.
- Απευθυνθείτε σε υπεύθυνους προσλήψεων, συμβούλους σταδιοδρομίας ή γραφεία στελέχωσης που ειδικεύονται στον κλάδο σας. Συχνά έχουν πρόσβαση σε δεδομένα της αγοράς και μπορούν να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τις κλίμακες μισθών με βάση την εμπειρία και τις γνώσεις τους για την αγορά εργασίας.
- Εξετάστε διάφορους παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τους μισθούς, όπως χρόνια εμπειρίας, εκπαιδευτικά προσόντα, πιστοποιήσεις, γεωγραφική θέση, ζήτηση βιομηχανίας, μέγεθος εταιρείας και οικονομική υγεία της εταιρείας. Αυτοί οι παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν το εύρος μισθών για μια συγκεκριμένη εργασία.
- Τέλος, μάθετε για τις δεξιότητες διαπραγμάτευσης μισθών και κατανοήστε τη δική σας αξία στην αγορά εργασίας!

### **Ενότητα 3 - Βιογραφικό: Πώς μπορώ να γράψω ένα βιογραφικό σημείωμα (CV);**

Αυτό το στοιχείο μπορεί να περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενέργειες:

- Επιλέξτε μια κατάλληλη μορφή βιογραφικού σημειώματος με βάση το υπόβαθρό σας και τους κανόνες του κλάδου. Οι κοινές μορφές περιλαμβάνουν αντίστροφη χρονολογική (επισήμανση εργασιακής εμπειρίας), λειτουργική (έμφαση στις δεξιότητες) ή συνδυασμό και των δύο. Βεβαιωθείτε ότι η μορφή που επιλέξατε είναι ευανάγνωστη και παρουσιάζει τις πληροφορίες με σαφήνεια.
- Μάθετε εάν απαιτείται να προσθέσετε μια φωτογραφία. Αν ναι, φροντίστε να παρουσιάσετε τον εαυτό σας επαγγελματικά και μην πέσετε σε παγίδες παρουσίασης στερεοτυπικών φύλων!
- Ξεκινήστε με τα προσωπικά σας στοιχεία, συμπεριλαμβανομένου του πλήρους ονόματός σας, των στοιχείων επικοινωνίας (αριθμός τηλεφώνου, διεύθυνση email) και της τοποθεσίας (πόλη, πολιτεία). Μπορείτε επίσης να συμπεριλάβετε συνδέσμους προς τα επαγγελματικά προφίλ σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή στους προσωπικούς σας ιστότοπους, εάν υπάρχουν.
- Δημιουργήστε μια συνοπτική και συναρπαστική προσωπική δήλωση ή επαγγελματική περίληψη που επισημαίνει τα βασικά χαρακτηριστικά σας, τους στόχους σταδιοδρομίας και τι μπορείτε να προσφέρετε στους πιθανούς εργοδότες. Αυτή η ενότητα θα πρέπει να παρέχει μια σύντομη επισκόπηση των δεξιοτήτων, των εμπειριών και των φιλοδοξιών σας.

- Καταγράψτε το εκπαιδευτικό σας υπόβαθρο με αντίστροφη χρονολογική σειρά, ξεκινώντας από το πιο πρόσφατο πτυχίο ή προσόν. Συμπεριλάβετε το όνομα του ιδρύματος, την τοποθεσία, τις ημερομηνίες παρακολούθησης, το πτυχίο που αποκτήθηκε και τυχόν σχετικά ακαδημαϊκά επιτεύγματα ή τιμητικές διακρίσεις.
- Περιγράψτε λεπτομερώς την εργασιακή σας εμπειρία, εάν έχετε, ξεκινώντας από την πιο πρόσφατη θέση. Συμπεριλάβετε τον τίτλο εργασίας, το όνομα της εταιρείας / οργανισμού, την τοποθεσία, τις ημερομηνίες απασχόλησης (μήνας και έτος) και μια σύντομη περιγραφή των ευθυνών και των επιτευγμάτων σας. Χρησιμοποιήστε ρήματα δράσης και ποσοτικοποιήστε τα επιτεύγματά σας όπου είναι δυνατόν.
- Προσδιορίστε και καταγράψτε τις σχετικές δεξιότητές σας, τόσο τεχνικές όσο και μεταβιβάσιμες. Συμπεριλάβετε δεξιότητες όπως επάρκεια λογισμικού, γλώσσες, πιστοποιήσεις ή συγκεκριμένες ικανότητες που σχετίζονται με τη βιομηχανία. Προσαρμόστε αυτήν την ενότητα ώστε να ταιριάζει με τις απαιτήσεις της θέσης εργασίας για την οποία υποβάλλετε αίτηση.
- Επισημάνετε τυχόν σχετικά έργα, πρακτική άσκηση ή εθελοντικές εμπειρίες που αποδεικνύουν τις δεξιότητες και τις ικανότητές σας. Περιγράψτε τις ευθύνες σας, τη διάρκεια της συμμετοχής σας και τα αποτελέσματα ή τον αντίκτυπο των συνεισφορών σας.
- Προσαρμόστε το βιογραφικό σας σημείωμα για κάθε αίτηση εργασίας. Αναλύστε την περιγραφή και τις απαιτήσεις της θέσης εργασίας και επισημάνετε σχετικές δεξιότητες, εμπειρίες και προσόντα που ευθυγραμμίζονται με τη θέση. Αυτή η στοχευμένη προσέγγιση αυξάνει τις πιθανότητές σας να γίνετε αντιληπτοί από τους εργοδότες.

#### **Στοιχείο 4- Συνέντευξη: Πώς προετοιμάζομαι για μια συνέντευξη εργασίας;**

- Αυτό το στοιχείο μπορεί να περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενέργειες για να διασφαλίσετε ότι είστε καλά προετοιμασμένοι/οι, σίγουροι/οι και ικανοί/οί να επικοινωνήσετε αποτελεσματικά τις δεξιότητες και τα προσόντα σας.
- Συγκεντρώστε πληροφορίες σχετικά με τον οργανισμό / την εταιρεία με την οποία παίρνετε συνέντευξη. Εξερευνήστε τον ιστότοπό τους, τη δήλωση αποστολής, τις αξίες, τα προϊόντα / υπηρεσίες, τα πρόσφατα νέα ή δελτία τύπου και οποιαδήποτε άλλη σχετική πληροφορία. Κατανοήστε τον κλάδο τους, τους ανταγωνιστές τους και τις προκλήσεις που μπορεί να αντιμετωπίζουν.
- Εξετάστε προσεκτικά την περιγραφή της θέσης εργασίας για να έχετε μια σαφή κατανόηση των ευθυνών, των απαιτούμενων δεξιοτήτων και των προσόντων του ρόλου. Προσδιορίστε τις βασικές πτυχές της θέσης και σκεφτείτε πώς ευθυγραμμίζονται οι εμπειρίες και οι δεξιότητές σας με αυτές.
- Εξοικειωθείτε με το περιεχόμενο του βιογραφικού σας, καθώς το άτομο που κάνει τη συνέντευξη μπορεί να κάνει ερωτήσεις βάσει αυτού. Να είστε έτοιμοι να δώσετε λεπτομερή παραδείγματα και εξηγήσεις των εμπειριών και των επιτευγμάτων σας.
- Προβλέψτε κοινές ερωτήσεις συνέντευξης και προετοιμάστε στοχαστικές, συνοπτικές και σχετικές απαντήσεις. Εξασκηθείτε απαντώντας σε ερωτήσεις σχετικά με το

υπόβαθρο, τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, την εμπειρία, τα επιτεύγματα και γιατί ενδιαφέρεστε για το ρόλο και την εταιρεία.

- Προσδιορίστε συγκεκριμένα παραδείγματα από τις προηγούμενες εμπειρίες σας που αποδεικνύουν τις δεξιότητές σας, τις ικανότητες επίλυσης προβλημάτων, την ομαδική εργασία, την ηγεσία, την προσαρμοστικότητα και άλλες σχετικές ικανότητες.
  - Προετοιμάστε μια λίστα με στοχαστικές ερωτήσεις για να ρωτήσετε το άτομο που κάνει τη συνέντευξη. Αυτό δείχνει το ενδιαφέρον και τη δέσμευσή σας για το ρόλο και την εταιρεία. Ρωτήστε για την εταιρική κουλτούρα, τη δυναμική της ομάδας, τις ευκαιρίες ανάπτυξης ή οποιεσδήποτε άλλες πτυχές που είναι σημαντικές για εσάς.
  - Διεξάγετε εικονικές συνεντεύξεις με έναν φίλο, μέντορα ή μπροστά από έναν καθρέφτη. Εξασκηθείτε στις απαντήσεις σας σε συνήθεις ερωτήσεις, βελτιώστε την παράδοσή σας και εργαστείτε στη γλώσσα του σώματος και την επαφή με τα μάτια. Αυτό θα σας βοηθήσει να αισθανθείτε πιο σίγουρα και προετοιμασμένοι/ες για την πραγματική ημέρα της συνέντευξης.
  - Αποφασίστε για την κατάλληλη ενδυμασία συνέντευξης με βάση τον ενδυματολογικό κώδικα της εταιρείας χωρίς να πέσετε σε στερεοτυπικούς ενδυματολογικούς κώδικες που σχετίζονται με το φύλο. Επιλέξτε καθαρά, καλά τοποθετημένα και επαγγελματικά ρούχα που ευθυγραμμίζονται με την κουλτούρα του οργανισμού.
  - Προετοιμάστε τυχόν έγγραφα ή υλικό που μπορεί να χρειαστείτε, όπως αντίγραφα του βιογραφικού σας, συνοδευτική επιστολή, λίστα αναφοράς, χαρτοφυλάκιο ή πιστοποιήσεις. Οργανώστε τα τακτοποιημένα σε ένα φάκελο ή χαρτοφυλάκιο για να τα φέρετε μαζί σας στη συνέντευξη.
  - Πρακτική καλή στάση, διατήρηση επαφής με τα μάτια και χρήση κατάλληλων χειρονομιών και εκφράσεων του προσώπου. Δώστε προσοχή στον τόνο της φωνής σας, την ταχύτητα ομιλίας και τη σαφήνεια - υπάρχουν τρόποι συμπεριφοράς που είναι προκατειλημμένοι λόγω φύλου;
  - Εξασκηθείτε στις δεξιότητες ενεργητικής ακρόασης και δείξτε γνήσιο ενδιαφέρον για τη συζήτηση.
-

## ΕΝΟΤΗΤΑ Νο.8 - Δημιουργήσετε μια προσωπική αφήγηση που σας προβάλλει στην αγορά εργασίας

Υπεύθυνος εταίρος: TFN

### Γενικοί Στόχοι

**Κύριος Στόχος:** Κατανόηση και κατάκτηση των εργαλείων για τη δημιουργία μία προσωπικής αφήγησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

#### Ειδικοί Στόχοι:

- Τα νέα άτομα να προβληματιστούν και να κατανοήσουν καλύτερα τις δικές τους πεποιθήσεις, αξίες και στόχους
- Να προβληματιστούν σχετικά με όσα έμαθαν και να σχεδιάσουν πώς να εφαρμόσουν τις (νέες) ικανότητες στην πράξη
- Να παρέχουν χώρο για ομαδική και ατομική ανατροφοδότηση και αξιολόγηση του προφίλ τους.
- Να ολοκληρώσουν της ομαδική εργασία του σεμιναρίου

### Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

- Καλύτερη κατανόηση των πολύτιμων δεξιοτήτων και γνώσεων που πρέπει να έχει ένα νέο άτομο κατά την είσοδό του στην αγορά εργασίας σήμερα.
- Βελτιωμένη ικανότητα διαμόρφωσης της προδικτικής αφήγησης, σύμφωνα με τις προσωπικές αξίες, πεποιθήσεις και στόχους.
- Έχοντας αίσθημα ετοιμότητας και αυτοπεποίθησης για την είσοδο στην αγορά εργασίας.

### Σύντομη εισαγωγή του θέματος

Αυτή η ενότητα είναι αφιερωμένη στην σύνοψη όλων όσων έχουν ειπωθεί στις μέχρι τώρα στην εκπαίδευση και πώς όλες οι νέες γνώσεις και ιδέες, οι ικανότητες και τα εργαλεία μπορούν να εφαρμοστούν στην καθημερινή ζωή. Χρησιμεύει ως γεφύρωση από την ατμόσφαιρα εκπαίδευσης στην άμεση εφαρμογή στη ζωή κάποιου.

Οι συμμετέχοντες καλούνται να προβληματιστούν σχετικά με τις δικές τους αξίες, τις πεποιθήσεις, τους στόχους και με βάση τα δικά τους ευρήματα να διαμορφώσουν και να δημιουργήσουν τη δική τους αφήγηση (βιογραφικό/σενάρια) που θα τους καθοδηγήσει καθορίζοντας τον δικό τους επαγγελματικό δρόμο και μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως προσχέδιο για την είσοδό τους στην αγορά εργασίας.

## ΕΝΟΤΗΤΑ Νο.8 - Δημιουργήστε μια προσωπική αφήγηση που σας προβάλλει στην αγορά εργασίας

Υπεύθυνος εταίρος: TFN

Προτεινόμενες δραστηριότητες και χρονοδιάγραμμα και υλικό

### 1. Εισαγωγικό μέρος (10')

- Καλωσορίστε τους συμμετέχοντες
- Ελέγξε το επίπεδο ενέργειας/διάθεσης των συμμετεχόντων και την ετοιμότητα τους να ξεκινήσουν τη συνεδρία
- Δραστηριότητα γνωριμίας για την ομάδα
- *Εάν υπάρχουν* - Ελέγξτε την ολοκλήρωση της εργασίας από την προηγούμενη συνεδρία + και ένα υπάρχουν σημαντικά και αναπάντητες ερωτήσεις από την προηγούμενη συνεδρία unanswered questions from the previous session
- Παρουσιάστε το πλάνο και τους στόχους της τελικής συνεδρίας.

### 1. Δημιουργήστε μια προσωπική αφήγηση (90')

Αυτό το μέρος περιλαμβάνει μερικές δραστηριότητες για τους/τις συμμετέχοντες ώστε για να χτίσουν τη δική τους αφήγηση και να την παρουσιάσουν στην ομάδα.

#### A. Συνέντευξη σε ζευγάρια - (30')

Οι συμμετέχοντες/ουσες χωρίζονται σε ζεύγη και τους παρέχεται φυλλάδιο με καθοδηγητικές ερωτήσεις ώστε να προβληματιστούν σχετικά με τις δικές τους πεποιθήσεις, τις αξίες, στόχους, τις ικανότητες και τις κατευθύνσεις που θέλουν να πάρουν.

#### B. Δημιουργήστε τη δική σας αφήγηση (30')

- Επιστολή προς τους συμμετέχοντες ([an electronic or print out for each participant](#)) που διαβάζει ο/η συντονιστής ([shorter version](#)) σε όλη την ομάδα για να χρησιμεύσει ως έμπνευση και για να ακολουθήσει και να καθορίσει ποιοι είναι, τι πιστεύουν και πού θα ήθελαν να πάνε/ πώς θα ήθελαν να πορευτούν.

- Ατομικά οι συμμετέχοντες/ουσες καλούνται να επιλέξουν τον τομέα/τη δουλειά των ονείρων τους στην οποία θα ήθελαν να εργαστούν. Λαμβάνοντας υπόψη τη μάθηση από τη ενότητα 6 σχετικά με τον

## ΕΝΟΤΗΤΑ Νο.8 - Δημιουργήσετε μια προσωπική αφήγηση που σας προβάλλει στην αγορά εργασίας

Υπεύθυνος εταίρος: TFN

τρόπο οικοδόμησης μιας αφήγησης, χρησιμοποιώντας τα στοιχεία από την προηγούμενη συνεδρία και τις σκέψεις από τη συνέντευξη που μόλις υποβλήθηκαν, οι συμμετέχοντες/ουσες εργάζονται για την οικοδόμηση ενός σχεδίου αφήγησης (είτε ένα βιογραφικό σημείωμα για το LinkedIn είτε ένα σενάριο για ένα σύντομο βιογραφικό βίντεο για να υποβάλουν αίτηση για δουλειά) μόνοι τους, με βάση το πώς να θέσουν τις αξίες και τις δεξιότητές τους για να εργαστούν για ένα μελλοντικό όραμα του κόσμου στον οποίο πιστεύουν και θέλουν να ζήσουν. Σε περίπτωση που δεν γνωρίζουν ακόμα την πορεία τους, μπορούν να δημιουργήσουν μια πιο υποθετική αφήγηση. 2-3 τοπικά παραδείγματα που εμφανίζονται ως έμπνευση. Σε πρόσθετους πόρους μερικά παραδείγματα στα αγγλικά.

### **10 λεπτο διάλειμμα**

#### **1.2 Παρουσιάστε τη δική σας αφήγηση (30')**

##### **α. σε μικρές ομάδες των τριών συμμετεχόντων**

- Παρουσιάζοντας την αφήγησή τους παίζοντας ρόλους σε μικρές ομάδες. Οι συμμετέχοντες χωρίζονται ανά τρία και περιστρέφονται, καθένας από αυτούς παίρνει το ρόλο του ερευνητή, του συνεντευξιζόμενου και του παρατηρητή. Οι συνεντευκτές σε ρόλο εργοδότη θα λάβουν [handout](#) με ερωτήσεις συνέντευξης εργασίας για χρήση στο παιχνίδι ρόλων.

##### **β.Τελικό παιχνίδι ρόλων μπροστά σε όλη την ομάδα**

Μετά τα παιχνίδια ρόλων ανά τρία, η ομάδα ενώνεται και γίνεται ένα ακόμη παιχνίδι ρόλων - ο συντονιστής είναι ο ερευνητής και ζητά από έναν εθελοντή από την ομάδα (για συνέντευξη) αυτή τη φορά μερικές πιο προκλητικές και μεροληπτικές ερωτήσεις.

Κάποια παραδείγματα: *Είσαι ελεύθερος? Είσαι παντρεμένος? Σκοπεύετε να αποκτήσετε παιδιά σύντομα; Πόσα παιδιά έχετε; Ποιος είναι ο*

## ΕΝΟΤΗΤΑ Νο.8 - Δημιουργήσετε μια προσωπική αφήγηση που σας προβάλλει στην αγορά εργασίας

Υπεύθυνος εταίρος: TFN

*σεξουαλικός σας προσανατολισμός; Τι θρησκεία είσαι? Πόσο ζυγίζετε; Με ποιον ζείτε; Ποιο είναι το προσωπικό σας πλάνο επαγγελματικής εξέλιξης;*

Το παιχνίδι ρόλων ολοκληρώνεται με μια ενημέρωση σε ολόκληρη την ομάδα.

Παραδείγματα ερωτήσεων απολογισμού: *Πώς νιώσατε όταν ακούσατε τις ερωτήσεις; Τι σε έκανε να νιώσεις έτσι; Έχετε βιώσει παρόμοιες καταστάσεις στην πραγματική ζωή; Πώς μπορούμε να αντιδράσουμε και να απαντήσουμε αν μας κάνουν τέτοιες ερωτήσεις σε μια συνέντευξη εργασίας?*

### **2: Επόμενα βήματα → Σχέδιο δράσης (30')**

#### **2.1. Αυτοαξιολόγηση (15')**

Ατομική εργασία χρησιμοποιώντας [φυλλάδιο](#) (με κενό ιστό αράχνης και λίστα δεξιοτήτων που επιλέγουν και γράφουν ή προσθέτουν τις δικές τους που τους αφορούν) και μοιράζονται το group.

#### **2.2. Σχεδιασμός δράσης (15')**

Μια γρήγορη ερώτηση προθέρμανσης για όλη την ομάδα: «Τι θα πάρω και τι θα εφαρμόσω αμέσως μετά την εκπαίδευση στην καθημερινή μου ζωή;» δημιουργώντας έτσι μια γέφυρα από την εκπαίδευση στην πραγματική ζωή καθώς και από τη μάθηση στην εφαρμογή των νέων ικανοτήτων.

Αφού αξιολογήσουν τις δικές τους δεξιότητες και πεδία ανάπτυξης και βελτίωσης, καθώς και έχοντας τις δικές τους ιδέες για τα επόμενα βήματα, οι συμμετέχοντες καλούνται να δημιουργήσουν τα δικά τους σχέδια δράσης. Ένας νοητικός χάρτης // πίνακας [handout](#) θα παρέχεται. Οι συμμετέχοντες εργάζονται πρώτα ατομικά και στη συνέχεια μοιράζονται σε τρία.

Τελική κοινή χρήση σε ολόκληρη την ομάδα.

### **3: Αξιολόγηση - (20')**

Ερωτηματολόγιο μετά την εκπαίδευση (βλέπε Παράρτημα της συνεδρίας n.8)

### **4: Κλείσιμο της εκπαίδευσης (20')**

## ΕΝΟΤΗΤΑ Νο.8 - Δημιουργήστε μια προσωπική αφήγηση που σας προβάλλει στην αγορά εργασίας

Υπεύθυνος εταίρος: TFN

### Τελετουργικό για το κλείσιμο της εκπαίδευσης

Μια μικρή δραστηριότητα για να κλείσετε το ταξίδι μάθησης μαζί και να υποστηρίξετε τη διάλυση της ομάδας. Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι ένας κύκλος κοινής χρήσης, μια ομαδική αγκαλιά.  
Σας ευχαριστώ και κλείνω από την ομάδα των διαμεσολαβητών.

### Υλικά, εργαλεία

Σημειώσεις

Στυλό

Αφίσες

Μαρκαδόροι, πολύχρωμα στυλό ή μολύβια

### Πρόσθετοι Πόροι

[Γράψτε τη δική σας αφήγηση](#)

Θέτετε τους όρους για το ποιος είστε, γιατί είστε εδώ, τι πιστεύετε και θέλετε να κάνετε και πού θέλετε να πάτε. Μπορείτε να γράψετε ένα σύνολο αφηγήσεων σε ένα βιβλίο σημειώσεων σχετικά με το τι θέλετε να γνωρίζουν οι άλλοι για εσάς.

[14 περιλήψεις προφίλ LinkedIn που αγαπάμε \(και πώς να ενισχύσετε τη δική σας\)](#)

[Εξαιρετικά παραδείγματα βιογραφικού βίντεο για να σας προσλάβουμε](#)

[Οδηγός συνέχισης βίντεο: Πώς να κάνετε μια καλή επανάληψη βίντεο](#)



## Παράρτημα της συνεδρίας n.8

### 1. Ερωτηματολόγιο τελικής αξιολόγησης

#### Προ-εκπαιδευτικό Στάδιο

1. Πόσο σαφείς ήταν οι εκπαιδευτικοί στόχοι και οι στόχοι πριν ξεκινήσετε το μάθημα;

- Εξαιρετικά ασαφείς
- Κάπως ασαφείς
- Ελαφρώς σαφείς
- Σαφείς
- Εξαιρετικά σαφείς

• Πόσο σαφές ήταν το πώς οι συνεδρίες είχαν σχεδιαστεί?

- Εξαιρετικά ασαφές
- Κάπως ασαφές
- Ελαφρώς σαφές
- Σαφές
- Εξαιρετικά σαφές

• Πώς θα βελτιώνετε την προ-εκπαιδευτική φάση ?

Ελεύθερο κείμενο: \_\_\_\_\_

#### Μεθοδολογία και Περιεχόμενο

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Σε ποιο βαθμό η εκπαίδευση ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες σας;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Καθόλου</li> <li>• Ελάχιστα</li> <li>• Κάπως</li> <li>• Σε μεγάλο βαθμό</li> <li>• Σε πολύ μεγάλο βαθμό</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πόσο ευχάριστη θα λέγατε ότι ήταν η συνολική εκπαίδευση?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Καθόλου</li> <li>• Ελάχιστα</li> <li>• Κάπως</li> <li>• Σε μεγάλο βαθμό</li> <li>• Σε πολύ μεγάλο βαθμό</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πόσο ικανοποιημένος/η ήσασταν από τις μεθόδους και το είδος των προτεινόμενων δραστηριοτήτων?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πολύ δυσαρεστημένος</li> <li>• Δυσारेστημένος</li> <li>• Τίποτα</li> <li>• Ικανοποιημένος</li> <li>• Πολύ ικανοποιημένος</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πώς θα αξιολογούσατε την ποιότητα του προτεινόμενου περιεχομένου και των υλικών?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πολύ κακή</li> <li>• Κακή</li> <li>• Αποδεκτή</li> <li>• Καλή</li> <li>• Πολύ Καλή</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ήταν χρήσιμη η κατάρτιση για την αύξηση της ευαισθητοποίησής σας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Όχι βοηθητική</li> <li>• Ελαφρώς</li> <li>• Μέτρια</li> </ul>

<p>σχετικά με τα στερεότυπα φύλου στην αγορά εργασίας;?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Helpful</li> <li>• Πολύ βοηθητική</li> </ul>
<b>Μαθησιακή Εμπειρία</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αισθάνεστε ότι οι γνώσεις ή/και οι δεξιότητές σας έχουν βελτιωθεί μετά την κατάρτιση?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Καθόλου</li> <li>• Λίγο</li> <li>• Περίπου</li> <li>• Σε μεγάλο βαθμό</li> <li>• Σε εξαιρετικό βαθμό</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πώς θα αξιολογούσατε τη συνολική μαθησιακή σας εμπειρία?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πολύ φτωχή</li> <li>• Φτωχή</li> <li>• Αποδεκτή</li> <li>• Καλή</li> <li>• Πολύ καλή</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πώς θα μπορούσαμε να βελτιώσουμε την εκπαίδευση αυτή?</li> </ul>	<p>Ελεύθερο κείμενο: _____</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αναφέρετε εκείνα που σας άρεσαν περισσότερο σε αυτή την εκπαίδευση</li> </ul>	<p>Ελεύθερο κείμενο: _____</p>
<b>Προτάσεις</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Άλλες παρατηρήσεις/Προτάσεις</li> </ul>	<p>Ελεύθερο κείμενο: _____</p>

## Annex to session n.6

For activity n.2 of session n. 6 "**How are narratives built?**", use the following presentation (PDF of the presentation will be added in the final version)