

# D2.6 – Οδηγίες Δημιουργικής Επικοινωνίας Διαχείρισης Διαφορετικότητας

Απρίλιος 2024



Συγγραφείς: 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).

# ΕΡΓΟ HEY PEOPLE

## ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο διαχωρισμός των φύλων μεταξύ τομέων και επαγγελμάτων και μεταξύ 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 απ' όλα, τα παιδιά και τα νέα άτομα εκτίθενται σε ρόλους των φύλων στο άμεσο περιβάλλον τους μέσω των γονέων, των συνομηθίκων και των δασκάλων τους, αλλά και μέσω εκπαιδευτικών πόρων, μέσω ενημέρωσης και 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. Το έργο **HEY PEOPLE!** σκοπεύει να αντιμετωπίσει τα στερεότυπα φύλου μεταξύ των νέων, με έμφαση στις στερεότερες αναπαραστάσεις επαγγελματικών ρόλων και ευκαιριών σταδιοδρομίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

## ΚΥΡΙΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

- Η καταπολέμηση των στερεοτύπων που αφορούν το φύλο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με ιδιαίτερη προσοχή στα στερεότυπα που επηρεάζουν τις επιλογές σταδιοδρομίας των νέων.

- Να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση σχετικά με τους υφιστάμενους μηχανισμούς που ενισχύουν τα στερεότυπα φύλου που σχετίζονται με τους επαγγελματικούς ρόλους.
- Να προωθήσει έναν διαφορετικό τρόπο επικοινωνίας/εκπροσώπησης των ρόλων των φύλων που σχετίζονται με τις ευκαιρίες σταδιοδρομίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. MAIN TARGET GROUPS



### 1

Το HEY PEOPLE σκοπεύει να βελτιώσει τις «ικανότητες φύλου» των ΝΕΩΝ ατόμων βοηθώντας τα να αντιμετωπίσουν τα στερεότυπα φύλου και τις στερεότερες αναπαραστάσεις επαγγελματικών ρόλων και ευκαιριών σταδιοδρομίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

### 2

Το έργο θέλει να βελτιώσει τις ικανότητες των ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ / ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ/ΤΡΙΩΝ 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 εργαστηρίων.

### 3

Το HEY PEOPLE επιθυμεί να αναπτύξει τις δεξιότητες των ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ και των βασικών ομάδων-στόχων (δηλ. διευθυντικά στελέχη ανθρώπινου δυναμικού και υπεύθυνα άτομα για τις πολιτικές εργασίας σε ιδιωτικούς/δημόσιους οργανισμούς και αρχές, τομέας τυπικής και άτυπης

εκπαίδευσης και επιχειρήσεις) ξεκινώντας από το περιεχόμενο των «Κατευθυντήριων γραμμών επικοινωνίας για τη διαχείριση της δημιουργικής πολυμορφίας», οι οποίες θα βοηθήσουν να αποφύγουν τα στερεότυπα φύλου σε σχέση με τους επαγγελματικούς ρόλους.

## ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΩΝ ΓΡΑΜΜΩΝ

**HEY PEOPLE!** Το έργο σκοπεύει να αντιμετωπίσει τα στερεότυπα φύλου μεταξύ των νέων ατόμων, με έμφαση στις στερεότυπες αναπαραστάσεις επαγγελματικών ρόλων και ευκαιριών σταδιοδρομίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα παιδιά και τα νέα άτομα εκτίθενται στους ρόλους των φύλων στο άμεσο περιβάλλον τους μέσω των γονέων, των συνομηλίκων και των δασκάλων τους, αλλά και μέσω εκπαιδευτικών πόρων, μέσω ενημέρωσης και λαϊκής κουλτούρας. Τα παραδοσιακά στερεότυπα φύλου που συνδέονται με ρόλους στην επαγγελματική ζωή διακωμωδούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχοντας αντίκτυπο στις επιλογές των νέων. Η δημιουργία του πακέτου κατευθυντήριων γραμμών "Creative Diversity Management Communication guidelines" αναπτύσσεται για να παρέχει καθοδήγηση σχετικά με τον τρόπο επικοινωνίας με εναλλακτικό τρόπο των ρόλων των φύλων που σχετίζονται με το επαγγελματικό περιβάλλον και την αγορά εργασίας. Οι πρακτικές οδηγίες που παρουσιάζονται στον παρόντα οδηγό, προτείνουν πρακτικές μεθόδους και εργαλεία για τον τρόπο υλοποίησης εργαστηρίων ανάλυσης

επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και άλλων δημιουργικών εργαστηρίων. Το ΚΙΤ: "Creative Diversity Management Communication guidelines" έχει σχεδιαστεί για να υποστηρίξει τους/τις εκπαιδευτικούς, τους/τις εκπαιδευτές/τριες και τις/τους διευθυντές ανθρώπινου δυναμικού στην προώθηση της ισότητας των φύλων στους χώρους εργασίας μέσω της επικοινωνίας. Αναπτύσσεται σε τρεις κύριες ενότητες:

**Ενότητα n.1** - Αναπαραστάσεις ρόλων φύλου στο επαγγελματικό περιβάλλον και τα μέσα ενημέρωσης.

**Ενότητα n.2** - Ανάπτυξη εναλλακτικών επικοινωνιών/ιστοριών για τα φύλα σε επαγγελματικούς ρόλους.

**Ενότητα n.3** - Πρακτικές οδηγίες και εργαλεία για εργαστήρια ανάλυσης επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Ενότητα n.4** - Παραδείγματα άσκησης για την ανάλυση επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

## ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ

Οι κατευθυντήριες γραμμές έχουν σχεδιαστεί για να υποστηρίξουν τους εκπαιδευτικούς, τους εκπαιδευτές, τους ειδικούς ανθρώπινου δυναμικού και τους ενδιαφερόμενους φορείς επικοινωνίας σε δραστηριότητες ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης που επικεντρώνονται στα στερεότυπα φύλου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στην ηλεκτρονική επικοινωνία.

# ΕΝΟΤΗΤΑ 1

## Αναπαραστάσεις ρόλων φύλου στο επαγγελματικό περιβάλλον και τα μέσα ενημέρωσης.



### Εισαγωγή

Στα εταιρικά περιβάλλοντα, τα στερεότυπα φύλου εκδηλώνονται ως προκαταλήψεις που υποκειμενικά αποδίδουν χαρακτηριστικά και ρόλους με βάση το φύλο. Αυτά τα στερεότυπα φύλου μπορούν να εμποδίσουν το υψηλότερο δυναμικό των ταλέντων και των ικανοτήτων των ατόμων, επηρεάζοντας τις εκπαιδευτικές, επαγγελματικές και εμπειρίες ζωής τους. Τα στερεότυπα που περιβάλλουν τις γυναίκες είναι αποτέλεσμα από βαθιά ριζωμένες προκαταλήψεις και προκαταλήψεις που διακινούν την ιστορική δυναμική εξουσίας που ευνοεί τους άνδρες και εμποδίζουν την πρόοδο των γυναικών διαχρονικά. Επιπλέον, οι ασυνείδητες προκαταλήψεις φύλου συχνά εκδηλώνονται στη χρήση της γλώσσας μας, οδηγώντας τα άτομα να διακινούν ακούσια αυτά τα στερεότυπα, ακόμη και αν δεν έχουν συνειδητά τέτοιες πεποιθήσεις. Η τρέχουσα απεικόνιση των επαγγελματικών ρόλων είναι ακόμη χειρότερη για τις ταυτότητες φύλου που δεν ευθυγραμμίζονται με ένα δυαδικό πλαίσιο, καθώς η επαγγελματική εκπροσώπηση μη δυαδικών ατόμων ή ατόμων που δεν συμμορφώνονται με το φύλο συχνά περιορίζεται.



## Στερεότυπα φύλου στα μέσα επικοινωνίας

Τα μέσα ενημέρωσης διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην αναπαραγωγή των στερεοτύπων φύλου ως μαζικό μέσο καλλιέργειας νοοτροπιών. Μερικές από τις πιο συχνά στερεοτυπικές αναπαραστάσεις που σχετίζονται με τις επαγγελματικές ικανότητες, είναι όταν οι άνδρες απεικονίζονται ως διεκδικητικοί, φιλόδοξοι, κυρίαρχοι, ανεξάρτητοι, με αυτοπεποίθηση και τείνουν προς ηγετικούς ρόλους, ενώ για τις γυναίκες συχνά σχετίζονται με χαρακτηριστικά που συνδέονται με τη φροντίδα, υποστήριξη, ενσυναίσθηση, φροντίδα και ευγένεια. Επιπλέον, οι γυναίκες υποεκπροσωπούνται σε ηγετικούς ρόλους στον δημόσιο και εταιρικό τομέα, με αξιοσημείωτη απουσία γυναικείας εκπροσώπησης σε κυβερνητικές θέσεις.

Όσον αφορά τα επαγγέλματα, οι γυναίκες συχνά θεωρείται ότι τείνουν πιο φυσικά προς την καλλιέργεια ρόλων, όπως αυτοί στην υγειονομική περίθαλψη, τη φροντίδα και τη διδασκαλία, και οι άνδρες είναι πιο κατάλληλοι για τεχνικούς ρόλους, ιδίως σε τομείς STEM όπως η μηχανική και η επιστήμη των υπολογιστών. Τέτοιες αναπαραστάσεις προωθούνται συχνά σε εταιρικές πλατφόρμες, συνέδρια, πανεπιστήμια και μέσα κοινωνικής δικτύωσης που σχετίζονται με την επαγγελματική σταδιοδρομία. Υπάρχουν μεροληπτικές εικόνες και μερική απεικόνιση συγκεκριμένων δημογραφικών ομάδων μέσω στερεοτυπικών φακών ή φακών που εισάγουν διακρίσεις, με την απεικόνιση νέων, συμβατικά ελκυστικών ατόμων, τόσο ανδρών όσο και γυναικών, στις αγγελίες εργασίας για ορισμένα επαγγέλματα, εμποδίζοντας ενδεχομένως την εξέταση υποψηφίων που δεν ευθυγραμμίζονται με αυτά τα απεικονιζόμενα πρότυπα.

Οι ανισότητες στην εκπροσώπηση μεταξύ ανδρών και γυναικών εξακολουθούν να υφίστανται σε διάφορες πλατφόρμες, συμπεριλαμβανομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, του αθλητισμού, του ειδησεογραφικού προγράμματος και των περιφερειακών και εθνικών πλαισίων. Οι άνδρες τείνουν να εκπροσωπούνται υπερβολικά, ενώ οι γυναίκες συχνά απεικονίζονται σε στερεοτυπικά γυναικείους ρόλους, με έμφαση στην εμφάνισή τους και τους αντικειμενοποιημένους ρόλους. Αυτό το μοτίβο επεκτείνεται σε τομείς όπως τα βιντεοπαιχνίδια, η διαφήμιση και το μάρκετινγκ προϊόντων, επηρεάζοντας περισσότερες γενιές.



### Πρόσθετες πηγές

**Η κατάσταση των γυναικών στην αγορά εργασίας**

*[https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/women-labour-market-work-life-balance/womens-situation-labour-market\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/women-labour-market-work-life-balance/womens-situation-labour-market_en)*



# ΕΝΟΤΗΤΑ 2

## Ανάπτυξη εναλλακτικών επικοινωνιών / ιστοριών για τα φύλα σε επαγγελματικούς ρόλους.

### Εισαγωγή

Η επικοινωνία των ρόλων των φύλων σε επαγγελματικούς τομείς με εναλλακτικό τρόπο αποτελεί πρόκληση για τα παραδοσιακά στερεότυπα που επιβάλλουν ορισμένα επαγγέλματα ως πιο κατάλληλα για το ένα φύλο έναντι του άλλου. Αυτό συνδέεται άμεσα με την υποεκπροσώπηση των γυναικών στους χώρους εργασίας και σε ηγετικούς ρόλους. Επιπλέον, αυτό το εμπόδιο υπάρχει σε όλα τα φύλα που φιλοδοξούν να ακολουθήσουν μια επαγγελματική σταδιοδρομία που κυριαρχείται από στερεότυπα.

Για τη δημιουργία αποτελεσματικής επικοινωνίας και αφήγησης, αντιμετωπίζοντας τους ρόλους των φύλων στο εργασιακό περιβάλλον, αναπτύσσεται ένα σύνολο εργαλείων και διάφορες προσεγγίσεις που αναλύονται παρακάτω.

### Α. Δημιουργώντας μια αφήγηση

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

- **Περιγραμμά βασικών στοιχείων:** Θέμα, χαρακτήρες (κύριος χαρακτήρας, ανταγωνιστής, δευτερεύων χαρακτήρας/σύμμαχος), πλοκή, σύγκρουση, σκηνικό, άποψη. Τα διάφορα στοιχεία παρουσιάζονται παρακάτω:
- Το **θέμα** είναι η κεντρική ιδέα ή το μήνυμα που ο συγγραφέας θέλει να κατανοήσουν οι αναγνώστες. Είναι ο σχολιασμός του συγγραφέα πάνω σε ένα θέμα και δημιουργείται μέσα από διάφορα λογοτεχνικά στοιχεία.

- Η **πλοκή** αναφέρεται στη δομή της αφήγησης καθώς εξελίσσεται μέσα στο χρόνο. Συνήθως ακολουθεί μια παραδοσιακή δομή που αποτελείται από έκθεση, ανοδική δράση, κορύφωση, πτωτική δράση και λύση.
  - Οι **χαρακτήρες** είναι τα άτομα που εμπλέκονται στην αφήγηση και η διαδικασία δημιουργίας τους ονομάζεται χαρακτηρισμός. Ο πρωταγωνιστής είναι ο κύριος χαρακτήρας που συχνά θεωρείται ως ήρωας, ενώ ο ανταγωνιστής αντιτίθεται στον πρωταγωνιστή. Η ανάλυση χαρακτήρων επικεντρώνεται στην κατανόηση των κινήτρων τους και του τρόπου με τον οποίο εξελίσσονται σε όλη την ιστορία.
  - Η **σύγκρουση** αναφέρεται στα ζητήματα ή τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι χαρακτήρες μιας ιστορίας, διαμορφώνοντας τη δομή της αφήγησης. Υπάρχουν τέσσερις γενικοί τύποι συγκρούσεων: άτομο εναντίον ατόμου, άτομο εναντίον εαυτού, πρόσωπο εναντίον φύσης και άτομο εναντίον κοινωνίας. Η αλληλεπίδραση μεταξύ χαρακτήρων και σύγκρουσης οδηγεί το κεντρικό αποτέλεσμα της ιστορίας και μεταφέρει το νόημά της.
  - Η **ρύθμιση** αναφέρεται στον χρόνο και τον τόπο όπου εκτυλίσσεται η ιστορία. Μπορεί να χρησιμεύσει συμβολικά ή ως σκηνικό για την αφήγηση.
  - Η **άποψη** αναφέρεται στην προοπτική από την οποία λέγεται η ιστορία, συμπεριλαμβανομένων των αφηγητών πρώτου προσώπου, τρίτου προσώπου και τρίτου προσώπου.
- Αφηγητής πρώτου προσώπου: Αφηγείται την ιστορία από την οπτική γωνία ενός ή περισσότερων χαρακτήρων, χρησιμοποιώντας το "εγώ" ή το "εμείς".*
- Αφηγητής περιορισμένου τρίτου προσώπου: Παρέχει μια εξωτερική προοπτική που περιορίζεται στις σκέψεις και τις εμπειρίες ενός χαρακτήρα, χρησιμοποιώντας τις λέξεις «αυτός», «αυτή» ή «αυτοί».*
- Τριτοπρόσωπος σοφός αφηγητής: Προσφέρει μια εξωτερική προοπτική με απεριόριστη πρόσβαση στις σκέψεις και τις πράξεις όλων των χαρακτήρων.*
- Το **στυλ** περιλαμβάνει τη χρήση της γλώσσας από τον συγγραφέα, συμπεριλαμβανομένης της διατύπωσης, της φωνής, του τόνου και της δομής των προτάσεων, που συμβάλλουν στην επίδραση και το νόημα της ιστορίας.

Στοιχεία	Κατευθυντήριες γραμμές για την ανάπτυξη αφήγησης
Θέμα	Προσδιορίστε το θέμα της ιστορίας και ρωτήστε τι προσπαθεί να μεταφέρει ο δημιουργός σχετικά με αυτό το θέμα. Αναλύστε τα λογοτεχνικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη του θέματος.
Πλοκή	Εξετάστε τη σχέση μεταξύ των γεγονότων της ιστορίας και πώς συμβάλλουν στο θέμα. Εξερευνήστε πώς οι ενέργειες της πλοκής τροφοδοτούν το γενικό μήνυμα της αφήγησης. Τι θέλει να επιτύχει ο κύριος χαρακτήρας;
Χαρακτήρες	Διερευνήστε τα κίνητρα κάθε χαρακτήρα και πώς υφίστανται ανάπτυξη ή μεταμόρφωση. Σκεφτείτε τι αποκαλύπτει η ανάπτυξη ή η απώλειά τους σχετικά με το θέμα της αφήγησης. Ποιος είναι ο κακός χαρακτήρας, ποιος είναι ο πρωταγωνιστής και ποιος είναι υποστηρικτικός ρόλος;



Στοιχεία	Κατευθυντήριες γραμμές για την ανάπτυξη αφήγησης
Διαμάχη	Αναλύστε πώς η σύγκρουση επηρεάζει τους κύριους χαρακτήρες, λαμβάνοντας υπόψη την ανάπτυξή τους και τις αλλαγές σε όλη την αφήγηση. Εξερευνήστε πώς επιλύεται η διένεξη και τι αποκαλύπτει αυτή η λύση σχετικά με το θέμα. Αναλογιστείτε τους τρόπους με τους οποίους η σύγκρουση διαμορφώνει το ταξίδι των χαρακτήρων και συμβάλλει στο συνολικό μήνυμα της ιστορίας.
Σκηνικό	Αναλύστε πώς η ρύθμιση επηρεάζει το θέμα της ιστορίας. Εξετάστε πώς η τοποθεσία, η ώρα και η ημερομηνία επηρεάζουν τις αντιδράσεις των χαρακτήρων σε διένεξη.
Οπτική	Αξιολογήστε εάν η προοπτική του αφηγητή είναι εσωτερική ή εξωτερική και γιατί ο συγγραφέας επέλεξε αυτή την άποψη. Σκεφτείτε πώς θα άλλαζε η ιστορία αν ειπώθηκε από διαφορετική οπτική γωνία
Υφος	Αξιολογήστε την πολυπλοκότητα της γλώσσας και της δομής των προτάσεων και γιατί ο συγγραφέας έκανε αυτές τις στυλιστικές επιλογές. Σκεφτείτε πώς αυτές οι επιλογές ενισχύουν ή μειώνουν τον αντίκτυπο της ιστορίας.



## Παραδείγματα βίντεο

<p><b>Τι λειτουργεί για εσάς; Καταρριπτοντας τα στερεότυπα επιλογής</b> σταδιοδρομίας <a href="https://www.youtube.com/watch?v=R0wni0rOOQc">https://www.youtube.com/watch?v=R0wni0rOOQc</a></p>		
<p>1. <b><u>Quizz? Who is the CEO?</u></b> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=XhxJgyyJMrw">https://www.youtube.com/watch?v=XhxJgyyJMrw</a></p>		
<p>2. <b><u>Το αντι-παραμύθι των στερεοτύπων φύλου</u></b> 3. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Cmq8cZCEIVE">https://www.youtube.com/watch?v=Cmq8cZCEIVE</a></p>		



## Β. Εφαρμογή γλώσσας επικοινωνίας χωρίς αποκλεισμούς.

Η γλώσσα αντανακλά τις στάσεις, τις συμπεριφορές και τους κανόνες μέσα σε μια κοινότητα. Η γλώσσα επικοινωνίας χωρίς αποκλεισμούς είναι η χρήση και η ορολογία που σέβεται και περιλαμβάνει διαφορετικές ταυτότητες, εμπειρίες και προοπτικές. Πρόκειται για τη χρήση γλώσσας, εικόνων, άλλων συμβόλων και τρόπων επικοινωνίας, τα οποία δεν εισάγουν διακρίσεις, είναι ουδέτερα ως προς το φύλο και προάγουν τον σεβασμό των χαρακτηριστικών των ατόμων που ανήκουν σε συγκεκριμένες κοινωνικές, εθνοτικές, φυλετικές ή άλλες ομάδες, π.χ. άτομα με αναπηρία, ΛΟΑΤΚΙ+, ηλικιωμένοι, άτομα από εθνοτικές ή φυλετικές μειονότητες κ.λπ.). Η χρήση μιας συμπεριληπτικής γλώσσας στις επικοινωνίες καλλιεργεί την ισότητα στην εκπροσώπηση των φύλων, ενώ η χρήση προσβλητικών όρων μπορεί να διαιωνίζει στερεότυπα ή διακρίσεις.

Οι κύριες προσεγγίσεις που καθορίζονται από το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων είναι η χρήση γλώσσας ευαίσθητης ως προς το φύλο, ουδέτερης ως προς το φύλο και η αποφυγή γλώσσας που εισάγει διακρίσεις λόγω φύλου ή μεροληπτική.

**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 στο δυαδικό σύστημα φύλου, αντιμετωπίζονται μέσω της γλώσσας ως άτομα ίσης αξίας, αξιοπρέπειας, ακεραιότητας και σεβασμού. Αυτό εφαρμόζεται με τη χρήση των αντωνυμιών όλων των φύλων, αντί να χρησιμοποιείται το αρσενικό ως περιεκτικό.

**Gender-neutral language:** 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. Ο σκοπός της ουδέτερης ως προς το φύλο γλώσσας είναι να αποφεύγονται οι επιλογές λέξεων που μπορούν να ερμηνευτούν ως μεροληπτικές, μεροληπτικές ή εξευτελιστικές, υπονοώντας ότι ένα φύλο ή ένα κοινωνικό φύλο είναι ο κανόνας. Η χρήση δίκαιης και χωρίς αποκλεισμούς γλώσσας συμβάλλει επίσης στη μείωση των στερεοτύπων φύλου, προωθεί την κοινωνική αλλαγή και συμβάλλει στην επίτευξη της ισότητας των φύλων. 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. Αυτό εφαρμόζεται με την αναφορά σε ένα "πρόσωπο" ή τη χρήση του "αυτοί".

**Γλώσσα που εισάγει διακρίσεις λόγω φύλου (σεξιστική γλώσσα):** 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 ως αποτέλεσμα, καλλιεργούν στερεότυπα ή υποβαθμίζουν ή αγνοούν γυναίκες ή άνδρες. Στην πιο ακραία μορφή της, αποτυγχάνει να αντιμετωπίσει τα φύλα ως ίσα σε αξία, αξιοπρέπεια, ακεραιότητα και σεβασμό. Επιπλέον, αυτή η γλώσσα που θέτει το αρσενικό ως γενικό κανόνα και εμποδίζει τις γυναίκες να είναι ορατές στη δημόσια ζωή.

Τα στερεότυπα φύλου μπορούν επίσης να εκδηλωθούν στη γλώσσα που χρησιμοποιείται για την περιγραφή των ρόλων εργασίας. Για παράδειγμα, η χρήση λέξεων όπως «ανταγωνιστική», «δυναμική» και «σίγουρη» στις περιγραφές θέσεων εργασίας μπορεί να αποθαρρύνει τις γυναίκες από το να υποβάλουν αίτηση για αυτούς τους ρόλους, καθώς αυτά τα χαρακτηριστικά συνδέονται συχνά με την αρρενωπότητα. Από την άλλη, η χρήση λέξεων όπως «συνεργατικός», «υποστηρικτικός» και «ενσυναίσθητικός» μπορεί να ενθαρρύνει μια πιο ποικιλόμορφη ομάδα υποψηφίων να υποβάλουν αίτηση. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να προωθηθεί η χρήση κάθε όρου σε μια προσέγγιση χωρίς αποκλεισμούς



## Υλικά/εργαλεία

ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
<a href="#"><u>Gender Equality Glossary and Thesaurus</u></a>	Γλωσσάριο επικεντρωμένο σε όρους που σχετίζονται με την ισότητα των φύλων. Αποσκοπεί στην προώθηση μιας κοινής κατανόησης των όρων ισότητας των φύλων σε ολόκληρη την ΕΕ και στην προώθηση δίκαιης και χωρίς αποκλεισμούς γλώσσας για τη βελτίωση της ισότητας μεταξύ γυναικών και ανδρών.
<a href="#"><u>Toolkit on Gender-sensitive Communication</u></a>	Ένα χρήσιμο εργαλείο για τα υπεύθυνα άτομα σε χάραξη πολιτικής, τις/τους νομοθέτες, τα μέσα ενημέρωσης και οποιονδήποτε άλλο άτομο ενδιαφέρεται να καταστήσει την επικοινωνία πιο περιεκτική (παραδείγματα, κατευθυντήριες γραμμές, ασκήσεις κ.λπ.)
<a href="#"><u>WIPO- Guidelines on Inclusive language</u></a>	Οδηγός που περιέχει στρατηγικές και συμβουλές για την ενθάρρυνση της χρήσης γλώσσας χωρίς διακρίσεις στον Παγκόσμιο Οργανισμό Διανοητικής Ιδιοκτησίας (ΠΟΔΙ) σύμφωνα με τις θεμελιώδεις αξίες των Ηνωμένων Εθνών σχετικά με την ισότητα και την πολυμορφία.
<a href="#"><u>Inclusive Communication- CIPE</u></a>	Το έγγραφο Inclusive Communication του Center for International Private Enterprise (CIPE) για την οικονομική ενδυνάμωση των γυναικών, χρησιμεύει ως ανασκόπηση που ενοποιεί τα τρέχοντα πρότυπα και πρακτικές, όπως ορίζονται από πολυμερείς διεθνείς και ανθρωπιστικούς οργανισμούς για πιο περιεκτική επικοινωνία στην αγγλική γλώσσα.

## C. Εφαρμογή ποικίλης εκπροσώπησης.

Τα οπτικά στοιχεία που περιλαμβάνουν εικόνες, γραφικά, βίντεο και ηχητικό υλικό, ασκούν σημαντική επιρροή στις αντιλήψεις, τις στάσεις και την τροχιά της κοινωνικής αλλαγής. Αυτά τα στοιχεία χρησιμεύουν ως βασικά εργαλεία στην ερμηνεία του κόσμου, διαμορφώνοντας τις ατομικές γνωστικές και συμπεριφορικές αλλαγές, καθώς η έκθεση σε διηγήματα είναι όλο και πιο υψηλή σήμερα, ειδικά στα νέα άτομα. Ένα κομμάτι της επικοινωνιακής ιστορίας εισάγει διακρίσεις λόγω φύλου εάν οι άνθρωποι που απεικονίζονται στις εικόνες παρουσιάζονται μόνο με στερεοτυπικούς τρόπους (π.χ. γυναίκες νοικοκυρές, άνδρες οικοδόμοι, άνδρες CEOs). Κατά την επιλογή εικόνων για διάφορους τύπους επικοινωνίας και αφήγησης, είναι επιτακτική ανάγκη να λάβετε υπόψη τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- ✓ Ενσωματώστε εικόνες που προωθούν τη διαφορετικότητα και αποφύγετε εκείνες που διαιωνίζουν στερεότυπα φύλου. Για παράδειγμα, αποφύγετε να απεικονίζετε άνδρες αποκλειστικά με κοστούμια και γυναίκες αποκλειστικά με φούστες για να συμβολίσετε επαγγελματικούς ρόλους ή άνδρες σε τεχνικούς ρόλους ή ηγετικούς.
- ✓ Συχνά, συγκεκριμένα χρώματα αποδίδονται αυθαίρετα σε συγκεκριμένα φύλα, όπως αποδεικνύεται από τη συσχέτιση του ροζ με τις γυναίκες και του μπλε με τους άνδρες. Κατά τη δημιουργία υλικών επικοινωνίας, είναι σημαντικό να εξεταστούν τα χρώματα που χρησιμοποιούνται και να αποφευχθεί η χρήση του χρώματος ως απλοϊκή αναπαράσταση του φύλου, για παράδειγμα ροζ και μπλε.
- ✓ Διασφάλιση ότι το επικοινωνιακό υλικό είναι προσβάσιμο σε όλα τα άτομα, παρέχοντας εναλλακτικές μορφές, όπως μπράιγ ή ηχογραφήσεις, και χρησιμοποιώντας αρχές σχεδιασμού χωρίς αποκλεισμούς για ιστότοπους, έγγραφα και παρουσιάσεις.
- ✓ Αναγνωρίστε ότι τα άτομα έχουν πολλαπλές τεμνόμενες ταυτότητες (όπως φυλή, φύλο, σεξουαλικότητα, ικανότητα κ.λπ.) και εξετάστε πώς αυτές οι τεμνόμενες ταυτότητες αντιπροσωπεύονται εξίσου σε ηχητικά και οπτικά στοιχεία, για να απεικονίσετε τις διατομεακές διαφορές.

## D. Προβολή θετικών παραδειγμάτων και έμπνευση με πρότυπα.

Ανάδειξη παραδειγμάτων που αμφισβητούν τα έμφυλα πρότυπα στην αγορά εργασίας, αναδεικνύοντας τα επιτεύγματά τους. Αφήγηση των επιτευγμάτων ατόμων που έχουν διαπρέψει σε τομείς που ιστορικά κυριαρχούνται από ένα φύλο. Αναδείξτε τις προκλήσεις που αντιμετώπισαν και πώς τις ξεπέρασαν και δείξτε πώς η επιτυχία τους ωφέλησε την εταιρεία και την ευρύτερη κοινότητα. Εναλλακτικά, αναπτύξτε τη δημιουργία μιας φανταστικής ιστορίας ή μιας αφήγησης με γνώμονα τους χαρακτήρες, μοιράζοντας το ταξίδι της αντιμετώπισης και της υπέρβασης των στερεοτύπων φύλου. Προβάλλοντας τα επιτεύγματα των ατόμων, ξυπνήστε την έμπνευση μεταξύ άλλων για να ξεκινήσετε παρόμοιες διαδρομές σταδιοδρομίας. Αναζητήστε έμπνευση στην τοπική σας κοινότητα ή στην επαγγελματική σας σφαίρα, αντλώντας από τον κλάδο στον οποίο ασχολείστε ή από ένα σεβαστό πρότυπο που θαυμάζετε.

Ένα κοινό παράδειγμα είναι η ενδυνάμωση της συμμετοχής των γυναικών σε επαγγέλματα STEM, τα οποία εξακολουθούν να κυριαρχούνται από άνδρες. Η έκθεση μιας νεαρής γυναίκας σε ένα επαγγελματικό πρότυπο δημιουργεί αμέσως τη δυνατότητα σε αυτό το άτομο να φτάσει σε αυτόν τον ρόλο



### Έμπνευσμένα παραδείγματα για επαγγελματικούς ρόλους των φύλων

<p><b>Μια τάξη που ανέτρεψε τις υποθέσεις των παιδιών για τους ρόλους των φύλων!</b></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=G3Aweo-74kY">https://www.youtube.com/watch?v=G3Aweo-74kY</a></p>		
<p><b>Η γυναίκα πίσω από το ChatGPT: Η εμπνευσμένη ιστορία της Mira Murati (ο εγκέφαλος της OpenAI).</b></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=ok1v4TrkSWI">https://www.youtube.com/watch?v=ok1v4TrkSWI</a></p>		



## Ε. Επιλογή μέσωων επικοινωνίας/ μέσωων κοινωνικής δικτύωσης

Η χρήση ποικίλων καναλιών πολυμέσων επιτρέπει τη συνεπή ανταλλαγή μηνυμάτων σε διαφορετικές πλατφόρμες και την ενίσχυση βασικών μηνυμάτων σε διάφορες ομάδες κοινού. Οι άνθρωποι προτιμούν να απορροφούν πληροφορίες με διαφορετικούς τρόπους και χρησιμοποιώντας ποικίλα στοιχεία μέσωων όπως κείμενο, εικόνες, βίντεο και ήχο και μέσω διαφορετικών πλατφορμών μέσω των οποίων τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι ψηφιακές πλατφόρμες, τα ιστολόγια, τα έντυπα μέσα ή η τηλεόραση.

Διαφορετικές μορφές μέσωων μπορούν να τραβήξουν την προσοχή και να προσελκύσουν κοινό με διαφορετικούς τρόπους, για παράδειγμα, οπτικό περιεχόμενο όπως infographics ή βίντεο μπορεί να είναι πιο ελκυστικό και κοινόχρηστο στις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων από το απλό κείμενο. Όσον αφορά τις γενιές, υπάρχει μεγάλη ποικιλία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιεί κάθε γενιά. Για παράδειγμα, το Tiktok και το Instagram είναι η προτιμώμενη πλατφόρμα για τις νεότερες γενιές, ενώ το facebook είναι πιο σχετικό για άτομα άνω των 40 ετών, με βάση την ανάλυση που παρουσιάζεται στο παραδοτέο D2.5. Ως εκ τούτου, ο σχεδιασμός μιας επικοινωνίας θα πρέπει να περιλαμβάνει μια επιλογή από αποτελεσματικές πλατφόρμες κοινωνικών μέσων με ελκυστικό περιεχόμενο:

Τακτικές επικοινωνίας:	
✓ Επιλογή καναλιού επικοινωνίας	<p>Επιλέξτε το κανάλι που είναι σχετικό και έχει αντίκτυπο στο στοχευόμενο κοινό:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Έντυπο υλικό: φυλλάδια, γλάστρες, φυλλάδια)   Τηλεόραση   Ραδιόφωνο</li> <li>✓ Ψηφιακές πλατφόρμες: Ιστοσελίδες   Μέσα κοινωνικής δικτύωσης   Email</li> <li>✓ Προσωπική επικοινωνία και εκδηλώσεις</li> </ul>
✓ Επιλογή μέσου κοινωνικής δικτύωσης	<p>Επιλέξτε την πλατφόρμα με την οποία αλληλεπιδρά περισσότερο το κοινό-στόχος σας:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- Youtube</li> <li>- Instagram</li> <li>- LinkedIn</li> <li>- TikTok</li> <li>- (X) Twitter</li> </ul>
✓ Ανάπτυξη περιεχομένου	<p>Επιλέξτε το υλικό με το οποίο ασχολείται κυρίως το κοινό-στόχος: κείμενα, εικόνες, βίντεο, ήχος, emoticons και όλα τα στοιχεία των πλατφορμών κοινωνικών μέσων.</p> <p>Ανάπτυξη εναλλακτικού περιεχομένου που προωθεί την ισότητα των φύλων, ενάντια στα στερεότυπα.</p>



# Υλικά/ Εργαλεία

Χαρακτηριστικά καναλιού κοινωνικών μέσων δικτύωσης:

πλατφόρμα Social Media	Μοναδικά χαρακτηριστικά	Πώς οι φορείς της αγοράς εργασίας χρησιμοποιούν την κοινωνική πλατφόρμα
1. Facebook	Hashtags	Χρησιμοποιείται σε μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να βοηθήσει όσα άτομα 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
	Συντομογραφίες	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/την χρήστη να δει περιεχόμενο από τους φίλους στο Facebook και τις σελίδες που ακολουθεί.
	Messenger για μηνύματα	Χρονολόγιο όπου εμφανίζει τις πληροφορίες και το περιεχόμενο του/της χρήστη που δημοσιεύτηκε ή κοινοποιήθηκε
	τοίχος	Ένας χώρος για το περιεχόμενο του/της χρήστη
	εύρεση	Χρησιμοποιείται για την αναζήτηση βίντεο που σχετίζονται με το θέμα στο Facebook
	Σελίδες (Watch party on Groups)	Χρησιμοποιείται για την επιλογή βίντεο από τη σελίδα σας
	προβλήθηκαν	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 κάνετε ζωντανά αναμετάδοση
	αποθήκευση	Χρησιμοποιείται για να επιλέξετε από τα βίντεο που έχετε αποθηκεύσει προηγουμένως
	Προτεινόμενα	Χρησιμοποιείται για να επιλέξετε από μια επιλογή βίντεο
Φίλοι/ες	Χρησιμοποιείται για την καταχώρηση και την οργάνωση φίλων στο facebook	



πλατφόρμα Social Media	Μοναδικά χαρακτηριστικά	Πώς οι φορείς της αγοράς εργασίας χρησιμοποιούν την κοινωνική πλατφόρμα
	Σχόλια	Μια από τις καλύτερες μορφές αφοσίωσης για οποιαδήποτε εταιρεία, επειδή δείχνουν ότι τα άτομα που σας ακολουθούν σας έχει αφιερώσει χρόνο για να σκεφτούν και να γράψουν μια απάντηση στο περιεχόμενό σας
	Ενημερώσεις	με σκοπό να ενημερώνει τους/τις χρήστες για τη δραστηριότητα στο Facebook, όπως νέα μηνύματα, αιτήματα φιλίας, σχόλια και επισημάνσεις "μου αρέσει" στις δημοσιεύσεις
	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
2. LinkedIn	Showcase Page	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 .
	Carousel Post	Επιτρέπει την ενσωμάτωση πολλών εικόνων και βίντεο σε μία ανάρτηση
	Live Videos	Χρησιμοποιείται για να μοιραστείτε τις σκέψεις σας ή να μεταδώσετε εκδηλώσεις, ειδήσεις, παρουσιάσεις, συνέδρια και πολλά άλλα.
	Open to work and Hiring frames	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 τα ιδανικά υποψήφια άτομα προς εργασία.
	Ιδιωτική επιλογή	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 ζωής σύνδεση λογαριασμού	Ενεργοποιεί την αναζήτηση πωλήσεων (όπου θέλετε να αλληλεπιδράσετε με πιθανούς/ές αγοραστές) ή όταν προσεγγίζετε υποψήφια άτομα.
	Δημοσκόπηση	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.



πλατφόρμα Social Media	Μοναδικά χαρακτηριστικά	Πώς οι φορείς της αγοράς εργασίας χρησιμοποιούν την κοινωνική πλατφόρμα
	Ενημέρωση εργαζομένων ατόμων	Όταν δημοσιεύετε κάτι στο LinkedIn, μπορείτε να ενημερώσετε τους/τις υπαλλήλους σας σχετικά με αυτό. Πρώτον, αυτό τα κρατά ενήμερα για όλα τα σημαντικά - εορταστικές περιστάσεις, νέες επιχειρήσεις, ενημερώσεις ειδήσεων και πολλά άλλα.
	LinkedIn προϊοντική σελίδα	Μια υποδιαίρεση της εταιρικής σελίδας LinkedIn και μπορεί να δημιουργηθεί για να αναδείξει τα προϊόντα σας και να δημιουργήσει μια κοινότητα γύρω από αυτά.
	LinkedIn ενημερωτικό δελτίο	Είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να αναπτύξετε αξιοπιστία σε ένα θέμα, να αυξήσετε τα επίπεδα αφοσίωσης και να επεκτείνετε το κοινό σας.
3. Instagram	Φίλτρα	Επιτρέπει στο περιεχόμενό σας να είναι συνεπές όσον αφορά την εικόνα και το στυλ της επωνυμίας. Με αυτόν τον τρόπο, οι ακόλουθοί/ές 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, εκπλώσεις ή δώρα κατά τη διάρκεια της ζωντανής μετάδοσής σας.
	IGTV	Όσον αφορά το μάρκετινγκ, είναι εξαιρετικό για την προώθηση προϊόντων, τη δημιουργία εκπαιδευτικών προϊόντων και για την κοινή χρήση ειδήσεων.
	Stickers and quizzes	Από ρυθμιστικά 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.
Twitter	Tooltips	Μια συμβουλή εργαλείου είναι ένα αποτελεσματικό στοιχείο γραφικής διεπαφής χρήστη που επιτρέπει στους/στις 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 όσα άτομα μπορεί να ενδιαφέρονται για το θέμα σας να μπορούν να το βρουν όταν αναζητούν μια λέξη-κλειδί ή ένα συγκεκριμένο hashtag
	Ζωντανά tweets μέσα σε μεγάλα εβεντ	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.
4. Tiktok	Tease για ένα νέο προϊόν και καμπάνια	Teasing ένα προϊόν είναι ένας πολύ καλός τρόπος που βοηθά στη δημιουργία προσμονής για τα επερχόμενα έργα σας

# ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Πρακτικές οδηγίες και εργαλεία για εργαστήρια  
ανάλυσης επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής  
δικτύωσης .

πλατφόρμα Social Media	Μοναδικά χαρακτηριστικά	Πώς οι φορείς της αγοράς εργασίας χρησιμοποιούν την κοινωνική πλατφόρμα
	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 μια απάντηση βίντεο ή κειμένου.
	Πες μια ιστορία	Οι εργοδότες/ες 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.

## Εισαγωγή

Η δημιουργία εργαστηρίων με αντίκτυπο είναι σημαντική για την καθιέρωση καινοτόμων εννοιών που αμνημονεύονται τα κοινωνικά πρότυπα. Μέσα από τα εργαστήρια του HEYPEOPLE! σχετικά με το μοντέλο της σε διαφορετικό κοινό όσον αφορά την ηλικία, το φύλο, την εθνικότητα, τα επαγγέλματα, τις πεποιθήσεις και άλλα, και μέσω της συνεργατικής εμπειρογνομosύνης των εταίρων, έχει διαμορφωθεί μια μεθοδολογία για το σχεδιασμό και την υλοποίηση αποτελεσματικού εργαστηρίου για την επικοινωνία και τον αντίκτυπο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με τα στερεότυπα φύλου, καθώς παρέχει μια συστηματική προσέγγιση στον σχεδιασμό, την οργάνωση και την εκτέλεση εργαστηρίων.

# Πλαίσιο για αποτελεσματικά εργαστήρια

Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε στο μοντέλο παρέμβασης, επέτρεψε το σχεδιασμό του ισχύοντος πλαισίου, επιτρέποντας στα άτομα που υλοποιούν την εκπαίδευση, να αναπτύξουν στοιχεία εργαστηρίου για την ανάλυση της επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να επιλέξουν κατάλληλο περιεχόμενο και δραστηριότητες και να εμπλέξουν αποτελεσματικά τους/τις συμμετέχοντες, διατηρώντας παράλληλα την εμπλοκή και τη διαδραστική συμμετοχή τους. Το πλαίσιο των δημιουργικών και αποτελεσματικών εργαστηρίων αποτελείται από έξι στοιχεία, εξίσου σημαντικά.

## Οδηγίες για αποδοτικά εργαστήρια



Προσδιορίστε τους στόχους



Προσδιορίστε τα μαθησιακά αποτελέσματα



Κατανοήστε τις ανάγκες του κοινού



Προσδιορίστε τις θεματικές του εργαστηρίου



Αναπτύξτε διαδραστικές ασκήσεις



Προσδιορίστε το χρονοδιάγραμμα και την τοποθεσία υλοποίησης



Προτείνετε πρόσθετα εργαλεία και υλικά



Συλλέξτε πληροφορίες ανατροφοδότησης

Κάθε στοιχείο αναλύεται παρακάτω, παρέχοντας τις κατευθυντήριες γραμμές για τη δημιουργία ποικίλων και ελκυστικών εργαστηρίων που προωθούν την επικοινωνία χωρίς αποκλεισμούς και εναλλακτικές ιστορίες για την αντιμετώπιση των στερεοτύπων φύλου σε επαγγελματικά περιβάλλοντα.

Στοιχεία	Περιγραφή
Στόχοι	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αποσαφήνιση των στόχων του εργαστηρίου και καθορισμός σαφών στόχων για το τι θα μάθουν, θα κάνουν ή θα επιτύχουν τα συμμετέχοντα άτομα μέχρι το τέλος του εργαστηρίου ανάλυσης επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.</li> </ul>
Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Καθορίστε με σαφήνεια τα μαθησιακά αποτελέσματα του εργαστηρίου και μοιραστείτε τα με τους συμμετέχοντες</li> </ul>
Κοινό	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Κατανοήστε τα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες του κοινού-στόχου μέσω δημογραφικών στοιχείων και λάβετε πληροφορίες σχετικά με τη μαθησιακή ευελιξία και το στυλ μάθησης. Επιπλέον, τα προτιμώμενα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι πληροφορίες χρήσης.</li> <li>✓ Διαμορφώστε διαφορετικές ομάδες, για να επιτρέψετε τον διάλογο μεταξύ διαφορετικών νοοτροπιών και πεποιθήσεων και να λάβετε υπόψη παράγοντες όπως το πολιτιστικό υπόβαθρο, η γλωσσική επάρκεια και οι απαιτήσεις προσβασιμότητας.</li> <li>✓ Εφαρμόστε μια δραστηριότητα γνωριμίας για να δημιουργήσετε την εμπλοκή των συμμετεχόντων ατόμων.</li> </ul>
Πεδία και θεματικές ενότητες	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Εξασφαλίστε μια προσεκτική επιλογή των θεματικών / θεμάτων που αποτυπώνουν τους μαθησιακούς στόχους και τα αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα, αντιμετωπίζοντας παράλληλα συγκεκριμένες προκλήσεις.</li> <li>✓ Η επικοινωνία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι ένα ευρύ θέμα, ωστόσο ο αντίκτυπος στα στερεότυπα φύλου πρέπει να βρίσκεται στο επίκεντρο.</li> <li>✓ Συμπεριλάβετε συγκεκριμένα παραδείγματα για να κατανοήσετε το θέμα και τις έννοιες.</li> <li>✓ Παροχή σύντομων πληροφοριών στους συμμετέχοντες.</li> </ul>
Επιλέξτε τον σωστό τύπο ασκήσεων	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Επιλέξτε τον κατάλληλο τύπο άσκησης: ομαδικές ασκήσεις, on-line κουίζ, συζητήσεις, ασκήσεις ρόλων).</li> </ul>
Διαδραστικές ασκήσεις	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Αναπτύξτε διαδραστικές και ελκυστικές δραστηριότητες για να διευκολύνετε τα εργαστήρια μάθησης.</li> <li>✓ Δώστε τις συγκεκριμένες οδηγίες για τις διαδραστικές ασκήσεις.</li> <li>✓ Προσφέρετε την επιλογή να μην μοιράζονται προσωπικές πληροφορίες σχετικά με το προφίλ κοινωνικών μέσων του ηλεκτρονικού τους λογαριασμού. Συνιστάται η χρήση εναλλακτικών λύσεων.</li> <li>✓ Ενισχύστε τη συμμετοχή όλων των ατόμων.</li> <li>✓ Καλλιεργήστε το χώρο για δημιουργική σκέψη.</li> <li>✓ Προσθέστε πρακτικά εργαλεία που επιτρέπουν στο κοινό να κατανοήσει την ανάλυση.</li> </ul>

Στοιχεία	Περιγραφή
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Προσκαλέστε ομιλητές/ομιλήτριες από το εταιρικό περιβάλλον, influencers ή ειδικούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και προσφέρετε χρόνο για ερωτήσεις.</li> <li>✓ Διαμορφώστε ένα σαφές χρονοδιάγραμμα για όλες τις δραστηριότητες του εργαστηρίου και μοιραστείτε το με τα συμμετέχοντα άτομα.</li> </ul>
Χρονοδιάγραμμα	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Οργανώστε τη διάρκεια της άσκησης .</li> <li>✓ Αναπτύξτε ένα συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα για το θεωρητικό και πρακτικό μέρος του πλήρους εργαστηρίου.</li> </ul>
Χώρος	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Καθορίστε πού πραγματοποιείται το εργαστήριο και πώς συμμετέχει το κοινό. Στους φυσικούς χώρους εξετάστε τις εγκαταστάσεις και την προσβασιμότητά τους, τη συνδεσιμότητα με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την εμπειρία δωματίου. Σε ένα on-line περιβάλλον, εξετάστε την προσβασιμότητα και εξασφαλίστε τη σύνδεση.</li> <li>✓ Δημιουργήστε ένα ασφαλές και χωρίς αποκλεισμούς περιβάλλον όπου τα συμμετέχοντα άτομα αισθάνονται άνετα να μοιραστούν τις προοπτικές και τις εμπειρίες τους.</li> </ul>
Υλικά και πηγές	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ενσωματώστε ένα μείγμα πολυμέσων, τη χρήση πλατφορμών κοινωνικών μέσων και παρουσιάσεων για να προσελκύσετε διαφορετικά στυλ μάθησης και προτιμήσεις. Παρέχετε πόρους και υλικά για την υποστήριξη της μάθησης και της συνεχούς ανάπτυξης. Μοιραστείτε φυλλάδια, φύλλα εργασίας, αναγνώσεις και διαδικτυακούς πόρους για περαιτέρω εξερεύνηση των θεμάτων που καλύπτονται στο εργαστήριο. Βεβαιωθείτε ότι υπάρχει πρόσβαση σε πλατφόρμες κοινωνικών μέσων.</li> <li>✓ Προσθέστε συγκεκριμένα εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι συμμετέχοντες για την ανάλυσή τους.</li> </ul>
Κλείσιμο & Ανατροφοδότηση	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Προσφέρετε μια διαδικασία κλεισίματος του εργαστηρίου, ανακεφαλαιώνοντας την εμπειρία.</li> <li>✓ Αξιολόγηση των αρχικών στόχων.</li> <li>✓ Βεβαιωθείτε ότι το κοινό φεύγει από την αίθουσα με μια συγκεκριμένη απόδειξη γνώσης ή κάτι που ανέπτυξε.</li> <li>✓ Δημιουργήστε ένα τελετουργικό κλεισίματος.</li> <li>✓ Ζητήστε ανατροφοδότηση από τους συμμετέχοντες καθ 'όλη τη διάρκεια του εργαστηρίου για να αξιολογήσετε την κατανόηση και τη δέσμευσή τους.</li> </ul>

# ΕΝΟΤΗΤΑ 4

## Παραδείγματα άσκησης για ανάλυση επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης



### Εισαγωγή

Η επικοινωνιακή ανάλυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να προσφέρει σε βάθος κατανόηση των στερεοτυπικών αναπαραστάσεων που εκτίθενται καθημερινά οι άνδρες και γυναίκες επαγγελματίες, μέσω εικόνων, γλώσσας και αφηγήσεων και του τρόπου με τον οποίο αυτές γίνονται αντιληπτές και ερμηνεύονται από τους/τις χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένου του αντικτύπου τους στις στάσεις, τις πεποιθήσεις και τις συμπεριφορές. Καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της ζωής μας, μια τέτοια ανάλυση ωφελεί τον εντοπισμό συγκεκριμένων τομέων ή θεμάτων όπου οι παρεμβάσεις για την αμφισβήτηση των στερεοτύπων φύλου μπορούν να είναι πιο αποτελεσματικές στις πλατφόρμες επικοινωνίας και κοινωνικών μέσων.

Συνολικά, η επικοινωνιακή ανάλυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης εμπλουτίζει το περιεχόμενο του εργαστηρίου για τα στερεότυπα φύλου, παρέχοντας πληροφορίες βάσει δεδομένων, παραδείγματα πραγματικής ζωής και εφαρμόσιμες συστάσεις για την προώθηση της ισότητας των φύλων και την αμφισβήτηση επιβλαβών στερεοτύπων σε διαδικτυακούς χώρους.

## … Άσκηση Α: Ανάλυση του προσωπικού σας λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα συμμετέχοντα άτομα καλούνται να εξετάσουν το περιεχόμενο που παρουσιάζεται στη ροή τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (max 5 feeds), αναλύοντας πώς συγκεκριμένες διατυπώσεις, οπτικά ή πρότυπα, που θα μπορούσαν ασυνείδητα να ενισχύσουν τα στερεότυπα ή τις προκαταλήψεις των φύλων. Επιπλέον, ζητήστε να αναγνωρίσουν και να εξετάσουν περιπτώσεις όπου συγκεκριμένες λέξεις ή φράσεις μπορεί να διαιωνίζουν κοινωνικά στερεότυπα και να ενθαρρύνουν συζητήσεις γύρω από τις ευρύτερες προτάσεις τους.

Είτε σε ομάδες είτε μεμονωμένα, τα άτομα μοιράζονται το περιεχόμενο της παρατήρησής τους χρησιμοποιώντας το πρότυπο της ΕΡΕΥΝΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ, κατόπιν συμφωνίας τους. Οι ακόλουθες ερωτήσεις μπορούν να υποστηρίξουν τις συνομιλίες μετά την κοινή χρήση όλων των παρουσιάσεων.

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

Το εργαλείο για την έρευνα δεδομένων κοινωνικών μέσων αναπτύχθηκε και παρουσιάστηκε στο HEYPEOPLE! Μοντέλο παρέμβασης, ενότητα 3.



## Υλικά/Εργαλεία





Για την άσκηση αυτή γίνεται η χρήση Κριτηρίων για την ανάλυση της Πλατφόρμας Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.



## Υλικά και εργαλεία

### Κριτήρια για την ανάλυση της πλατφόρμας κοινωνικών μέσων.

#### **Κριτήρια για την ανάλυση της πλατφόρμας κοινωνικών μέσων.**

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

Καθορίστε με σαφήνεια τον πρωταρχικό σκοπό κάθε πλατφόρμας κοινωνικών μέσων (π.χ. δικτύωση, κοινή χρήση φωτογραφιών, επαγγελματική ανάπτυξη, διάδοση ειδήσεων κ.λπ.).

Προσδιορίστε το κοινό-στόχο για κάθε πλατφόρμα (π.χ. έφηβοι, επαγγελματίες, επιχειρήσεις, ευρύ κοινό κ.λπ.).

##### **2. Γλωσσικό ύφος και τόνος.**

Αξιολογήστε το συνολικό γλωσσικό στυλ και τόνο που χρησιμοποιείται σε κάθε πλατφόρμα (π.χ. επίσημο, ανεπίσημο, συνομιλητικό, επαγγελματικό, περιστασιακό κ.λπ.).

Αναλύστε τον τρόπο με τον οποίο η γλώσσα ευθυγραμμίζεται με τον σκοπό και το κοινό-στόχο της πλατφόρμας.

##### **3. Πολυπλοκότητα λεξιλογίου.**

Αξιολογήστε την πολυπλοκότητα του λεξιλογίου και της γλώσσας που χρησιμοποιούν οι χρήστες σε κάθε πλατφόρμα (π.χ. απλή, τεχνική, ειδική για τον κλάδο κ.λπ.).

##### **4. Χρήση emojis και emoticons.**

Αναλύστε τη συχνότητα και την καταλληλότητα της χρήσης emoji και emoticon σε κάθε πλατφόρμα. Προσδιορίστε εάν τα emoji και τα emoticon συμβάλλουν στην αφοσίωση και την επικοινωνία των χρηστών.

##### **5. Αργκό και ορολογία.**

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

Αξιολογήστε πόσο αποτελεσματικά επικοινωνούν οι χρήστες με αυτά τα γλωσσικά στοιχεία.

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

Εξετάστε τους τύπους περιεχομένου που κοινοποιούνται σε κάθε πλατφόρμα, όπως αναρτήσεις βάσει κειμένου, εικόνες, βίντεο, ιστορίες κ.λπ.

Αξιολογήστε τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες προσαρμόζουν τη γλώσσα τους ώστε να ταιριάζει σε διαφορετικές μορφές περιεχομένου.

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

Αξιολογήστε τη χρήση hashtags και λέξεων-κλειδιών σε κάθε πλατφόρμα για κατηγοριοποίηση και δυνατότητα ανακάλυψης.

Αναλύστε την αποτελεσματικότητα της χρήσης hashtags και λέξεων-κλειδιών για την προσέλκυση αφοσίωσης.

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

Μετρήστε το επίπεδο αφοσίωσης του κοινού μέσω επισημάνσεων "μου αρέσει", σχολίων, κοινοποιήσεων, retweets κ.λπ.

Αναλύστε τη φύση και την ποιότητα των αλληλεπιδράσεων των χρηστών σε συζητήσεις και συνομιλίες.

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

Προσδιορίστε τον πρωταρχικό σκοπό της χρήσης της γλώσσας σε κάθε πλατφόρμα (π.χ. αναζήτηση πληροφοριών, έκφραση απόψεων, προώθηση προϊόντων, δικτύωση, αναζήτηση εργασίας κ.λπ.).

Αναλύστε τον τρόπο με τον οποίο η γλώσσα των χρηστών αντικατοπτρίζει την πρόθεση και τη συμπεριφορά τους στην πλατφόρμα.

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

Αξιολογήστε την πιθανότητα οι πληροφορίες και το περιεχόμενο να γίνουν viral σε κάθε πλατφόρμα.

Αξιολογήστε πώς η γλώσσα μπορεί να επηρεάσει τη διάδοση των πληροφοριών και την αξιοπιστία τους.

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

Εξετάστε 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 ζωής.

Αναλύστε τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες διατηρούν τις διαδικτυακές τους προσωπικότητες και την προσωπική τους επωνυμία μέσω γλωσσικών επιλογών.

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

Λάβετε υπόψη τυχόν πολιτιστικές ή γεωγραφικές επιρροές στη χρήση της γλώσσας σε διαφορετικές περιοχές και χώρες.

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

Διερευνήστε εάν η χρήση της γλώσσας ποικίλλει ανάλογα με τα δημογραφικά στοιχεία των χρηστών της πλατφόρμας (π.χ. ηλικία, φύλο, τοποθεσία κ.λπ.).

#### **14. Εξέλιξη της γλώσσας**

Παρακολουθήστε την εξέλιξη της χρήσης της γλώσσας σε κάθε πλατφόρμα με την πάροδο του χρόνου και προσδιορίστε τυχόν αναδυόμενες γλωσσικές τάσεις. Θυμηθείτε να χρησιμοποιήσετε ένα συνδυασμό ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης δεδομένων για να υποστηρίξετε τα ευρήματά σας. Επιπλέον, προσαρμόστε τα κριτήρια με βάση τους συγκεκριμένους ερευνητικούς στόχους και τις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων που αναλύονται

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

Εξετάστε 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 ζωής.

Αναλύστε τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες διατηρούν τις διαδικτυακές τους προσωπικότητες και την προσωπική τους επωνυμία μέσω γλωσσικών επιλογών.

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

Λάβετε υπόψη τυχόν πολιτιστικές ή γεωγραφικές επιρροές στη χρήση της γλώσσας σε διαφορετικές περιοχές και χώρες.

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

Διερευνήστε εάν η χρήση της γλώσσας ποικίλλει ανάλογα με τα δημογραφικά στοιχεία των χρηστών της πλατφόρμας (π.χ. ηλικία, φύλο, τοποθεσία κ.λπ.).

#### **14. Εξέλιξη της γλώσσας**

Παρακολουθήστε την εξέλιξη της χρήσης της γλώσσας σε κάθε πλατφόρμα με την πάροδο του χρόνου και προσδιορίστε τυχόν αναδυόμενες γλωσσικές τάσεις. Θυμηθείτε να χρησιμοποιήσετε ένα συνδυασμό ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης δεδομένων για να υποστηρίξετε τα ευρήματά σας. Επιπλέον, προσαρμόστε τα κριτήρια με βάση τους συγκεκριμένους ερευνητικούς στόχους και τις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων που αναλύονται

#### **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 επιστημόνων "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 έλξη στο LinkedIn. Τα άρθρα ηγεσίας 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 και γυαλισμένη 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 και οι υπεύθυνοι προσλήψεων χρησιμοποιούν το LinkedIn για να δημοσιεύουν λίστες εργασίας, να αναζητούν πιθανούς υποψηφίους 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 ηγετικής σκέψης στις βιομηχανίες τους.

## Άσκηση C: Πώς να ανακοινώσετε την αγγελία εργασίας χωρίς αποκλεισμούς (επίσης τεχνολογικά εργαλεία).


Πώς νιώθεις που φιλοδοξείς για ένα επάγγελμα, που η πλειοψηφία των σχετικών αγγελιών εργασίας εμποδίζει τα υποψήφια άτομα να υποβάλουν αίτηση για αυτό; Πώς μπορεί να είναι μια αγγελία εργασίας που δεν περιλαμβάνει στοιχεία διάκρισης;

Οι συμμετέχοντες/ουσες καλούνται να επιλέξουν δύο ανδροκρατούμενα επαγγέλματα και δύο γυναικοκρατούμενα. Στη συνέχεια, έχοντας το ρόλο των εμπειρογνομόνων ανθρώπινου δυναμικού, πρέπει να μοιράζονται μια παράγραφο για κάθε θέση εργασίας, η οποία δεν περιλαμβάνει στερεότυπα στοιχεία όσον αφορά το φύλο, την εθνικότητα, την αναπηρία, τον προσανατολισμό φύλου, την ηλικία, τη φυλή ή οποιαδήποτε άλλα στοιχεία διαφορετικότητας. Οι συμμετέχοντες/ουσες θα χωριστούν σε ομάδες και θα πρέπει να συζητήσουν τα βασικά στοιχεία μιας ανακοίνωσης εργασίας, συμπεριλαμβανομένου του τίτλου εργασίας, των ευθυνών, των προσόντων και των οδηγιών εφαρμογής. Τονίστε τη σημασία της χρήσης περιεκτικής γλώσσας σε όλες αυτές τις ενότητες. Ποια είναι τα στοιχεία που αλλάζουν μια ανακοίνωση θέσης εργασίας από μη συμπεριληπτική σε ίση για όλους τους υποψηφίους;

Υποστηρικτικές ερωτήσεις:

- Πώς μπορούμε να διασφαλίσουμε ότι ο τίτλος εργασίας είναι ουδέτερος ως προς το φύλο και δεν συνεπάγεται προκαταλήψεις;
- Ποια γλώσσα μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για να καλωσορίσουμε υποψηφίους

## Υλικά και εργαλεία

<a href="#"><u>The gender decoder</u></a>	Gender Decoder
<a href="#"><u>Employ</u></a>	 The logo for eploy, featuring an orange square with a white '@' symbol followed by the word 'eploy' in a grey sans-serif font.
<a href="#"><u>Applied text analysis</u></a>	 The logo for Applied, featuring a dark blue square with a white play button icon followed by the word 'Applied' in a white sans-serif font.