

Короткотерміновий тематичний семінар: «Умови ефективного впровадження принципів академічної доброчесності в Придніпровській державній академії будівництва та архітектури»

з підвищення кваліфікації викладачів ПДАБА (гарантів освітніх програм, завідувачів кафедри, відповідальних посадових осіб, викладачів) у відділі підвищення кваліфікації ПДАБА 16 жовтня -21 грудня 2020 р. Керівник семінару: Галина ЄВСЄЄВА, д-р н. держ. управ., проф.

Наші правила!

1. Користуйтесь кнопками ZOOM;

2. Мікрофон вимкнений – а камера навпаки!

3. Ваша реакція важлива!

4. Запитання пишемо в чат!

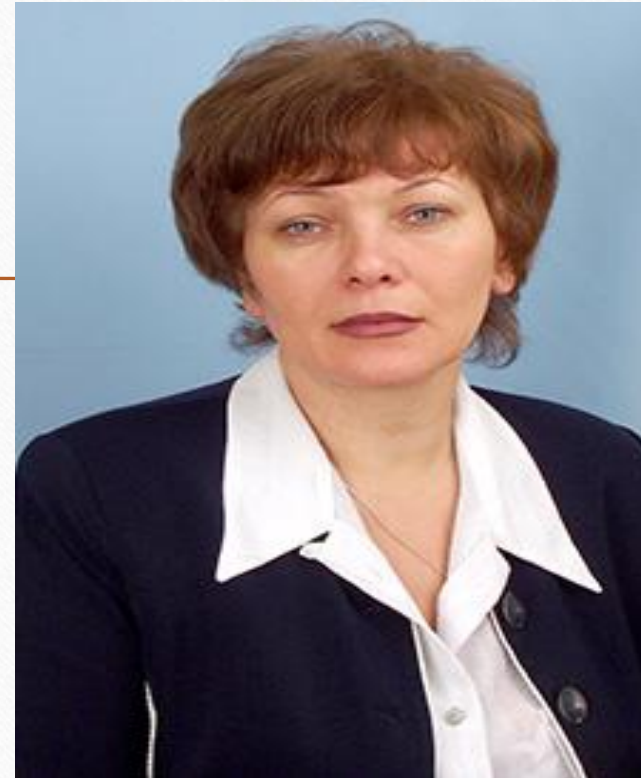
5. Кава - дозволяється!

Цифровий етикет XXI ст. (запрошення до дискусії)

Вебінар №9

11 грудня 2020 р.





Модератори: Оксана Ткач, старший викладач кафедри УДІД;
Галина ЄВСЄЄВА, д-р н. держ.управ.,проф.

ЕТИКЕТ (франц. *étiquette* – ярлик, етикетка) – установлені правила ввічливості і норми поведінки в суспільстві чи в якому-небудь товаристві відповідно до певних обставин.

- У сучасному значенні слово “етикет” було вперше вжито при дворі короля **Франції Людовіка XIV**: тоді гостям були роздані картки (етикетки) з викладом того, як вони мають поводитися.
- Вперше правила поведінки в Мережі ще **1994 р.** сформулювала **Вірджинія Ші** в книжці “Netiquette”. Вона запропонувала 10 заповідей поведінки в кіберпросторі.

У 2020 році We Are Social та Hootsuite провели дослідження і надали щорічну статистику використання інтернету:

-
- майже **60%** людства вже онлайн;
 - кожен користувач проводить в середньому **100 днів на рік** в інтернеті, **6 годин 43 хвилини кожен день**;
 - **50,1%** інтернет-трафіку припадає на мобільні пристрої.

Цифровий етикет - це набір правил, які в конкретний момент визнаються більшістю і дотримання яких є необхідним для всіх учасників взаємодії.

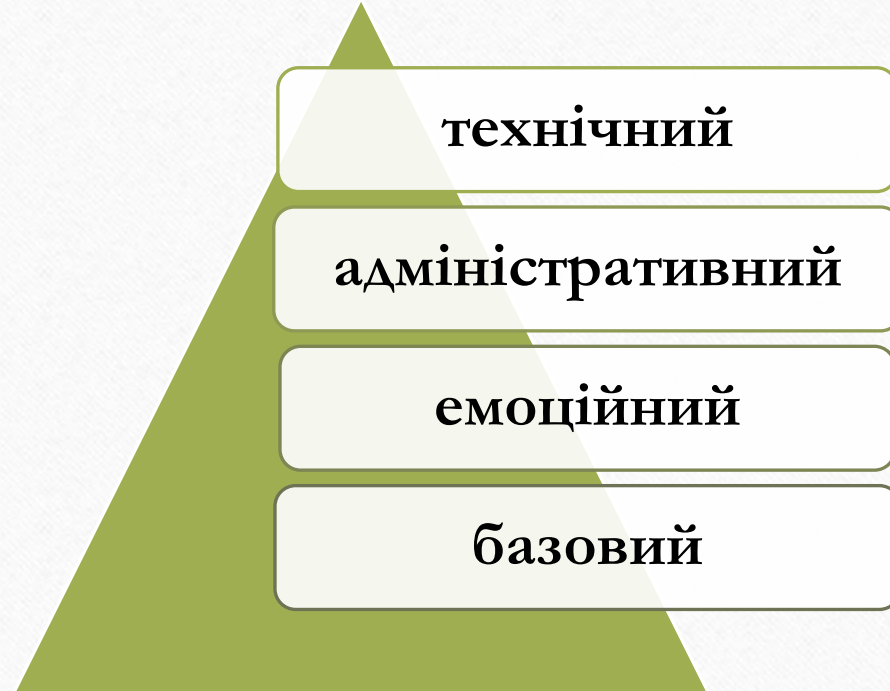
Територія застосування цифрового етикету - це весь простір взаємодії людей або машин, яке відбувається з використанням цифрових пристроїв, об'єднаних у мережу.

Важливо!

Правила однієї платформи не завжди можуть бути коректними для іншої. Завжди варто аналізувати емоційну складову будь-якої комунікації і розуміти чому використовуються той чи інший стиль спілкування.



**Рівні,
на яких відбувається опрацювання
правил і рекомендацій цифрового етикету**



Технічний рівень - на цьому рівні визначають правила використання програмних засобів, шифрування, довжини повідомлень, коментування повідомлень або коду. Цей рівень ще можна назвати рівнем оформлення комунікації.





Адміністративний рівень - рівень, на якому визначається перелік необхідної мінімальної інформації, яку повинна містити комунікація. Швидкість реагування на комунікацію. Правила взаємодії. Наприклад, не відповідати на лист до тих пір, поки не буде отримана відповідь від конкретного суб'єкта комунікації.

Емоційний рівень - на цьому рівні визначаються правила коректного емоційного оформлення комунікації: з використанням смайликів або без, спілкування на «ти» або на «Ви». Емоційну складову важко звести до конкретних рекомендацій, адже способи вираження емоцій у мережі можуть бути витлумачені по-різному.



Базовий рівень



Це загальні правила, дотримання яких призводить до досягнення найкращого результату і які не потрібно щоразу дублювати на інших рівнях. Його умови поширюються на інші рівні. Наприклад, за будь-якої комунікації необхідно дотримуватися норм законодавства, міжнародного права тощо.

Найбільш популярні платформи, де необхідне застосування правил digital-етикету:

- електронна пошта,
- корпоративні платформи,
- месенджери,
- соціальні мережі.

Структура електронного листа:

- адресат,
- тема (назва),
- привітання,
- ОСНОВНИЙ ТЕКСТ,
- підпис,
- вкладені матеріали.

Назва листа має містити конкретну тему та/чи вказує на всіх учасників спілкування, без абстрактних “Співпраця”, “Партнерство”, “Терміново”.

Привітання має займати один рядок.

Звертайтеся до людини на ім’я, а якщо пишете вперше, на Ви, незважаючи на вік та статус співбесідника.

Якщо у вас в одному листі декілька адресатів, зверніться до кожного на ім’я та виділіть їх імена жирним.

У вступі розкажіть, хто ви, чим займаєтеся та чому пишете цій людині.

Далі **основний текст** щодо робочого питання.

Наприкінці вкажіть дедлайни чи ваші висновки.

Не варто використовувати у ділових листах маніпуляції, наприклад, “Дякую за оперативну відповідь”, “Наперед вдячні”.

Ніколи не пишіть “Дякую” до того, як вам допомогли.

Вкладення:

- до вкладеного документа чи зображення додають опис чи пояснення того, що надсилають;
- файли з додатковими матеріалами повинні мати коректну зрозумілу назву;
- не прикріплюють важкі файли;
- не надсилають матеріали, створені в спеціалізованих програмах (якщо це не передбачено умовами комунікації).

Коректний **підпис** включає в себе такі пункти:

- подяка,
- ім'я, (ім'я по батькові), прізвище,
- посада,
- назва компанії (та структурного підрозділу),
- контакт (телефон, пошта, іноді – посилання на месенджер),
- логотип (за потреби).

Режим листування – у межах робочого часу.

Відповідь на листи* та повідомлення:

- на лист поштою — до 2 днів,
- на повідомлення в месенджерах — до кінця робочого дня.

***** *Листи-копії відповіді не вимагають.*

Використання графіки й пунктуації
в електронних повідомленнях
(інтерактивний робочий простір):

Згоден.

Згоден!!!

Згоден!

* Голосові повідомлення доречні, якщо:

- ви запитали свого співрозмовника, чи зручно йому зараз прослухати голосове повідомлення, і він відповів “так”;
- вам потрібно терміново відповісти людині, але ви за кермом — ваша безпека, звичайно, важливіша.

Використання емодзі

Емодзі – це зображення емоцій, за допомогою піктограм.

Емодзі допомагають чіткіше донести тон і емоції, вони полегшують комунікацію.



Причина помилок
у трактуванні значення емодзі
— культурні, гендерні, вікові
відмінності сприйняття й
життєвого досвіду.



“У мене геніальна ідея”:



Насправді означає “вклонятися”.

Звуконаслідування “Хммм!” або гнів:



Насправді означає тріумф.

Ніжний поцілунок
(дитині, подрузі, чоловікові):



Насправді означає непристойну пропозицію.

Легковажність, жарт:



Насправді означає пустотливий настрій,
проте іноді й дурний жарт або сарказм.

Загрозою для коректного ділового спілкування є також випадки усвідомленої зміни значення нібито загальнозрозумілих емодзі в певній спільноті або субкультурі.

Наприклад, у США расистські організації використовують наведений символ у своїх дописах як знак “переваги білих”.



Цей емодзі був спортивним символом зі значенням “зроблю все на користь команди”, проте його зміст спотворили і тепер навіть мирні публікації є предметом численних скарг.



Причина: віднедавна радикальні групи супроводжують власні ідеї для дискримінації осіб, що не належать до білої раси, і цим звичним для нас символом.

Табу для спілкування в месенджерах:

- занадто наполегливі спроби перевести людину в месенджер, зручний для адресанта (це неповага до особистого простіру іншого учасника розмови),
- розбивання невеликого тексту на кілька повідомлень,
- голосові повідомлення*
- зловживання розсиланням електронних листівок.

Не менш важливою є ***впорядкованість та зрозумілість інформації***. Намагайтесь, за можливості, викладати інформацію одним повідомленням, а не великою кількістю окремих. В робочому листуванні унікайте скорочень та жаргонізмів.
Замість «Кинув домашку на скриньку, чекніть пж» краще написати «Доброго дня, відправив роботу Вам на пошту, перевірте, будь ласка»



Таким чином, щоб спростити життя всім сторонам ділового спілкування в інтернеті :

- Чітко формуйте мету вашого повідомлення
- Називайтесь справжнім ім'ям (в робочому середовищі анонімність не завжди доречна)
- Розмежовуйте особисте спілкування та ділові питання
- Дотримуйтесь тих же правил етикету, що й під час особистого спілкування



Рекомендації щодо ведення корпоративних акаунтів у соціальних мережах:

- дотримуватися вимог авторського права;
- не робити занадто багато постів;
- не зловживати рекламою послуг і організації;
- не відзначати людей в постах для залучення уваги;
- не лайкати самого себе;
- не відзначати людей на вітальних листівках.

Дякуємо

за увагу

!

