Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

ABILITĂȚI TRANSVERSALE

Skills UP for youth

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Abilități de comunicare

Comunicarea, termen ce provine din cuvântul latin communis (comun).
Comunicarea este transmiterea informațiilor, ideilor și atitudinilor sau emoțiilor de la o persoană la altă persoană sau de la un grup la altul, în mod esențial prin intermediul simbolurilor. (conform expertului Denis McQuail)

Conform principiilor comunicării, există un element asupra căruia ne vom concentra pe timpul activității și vom descoperi practic cum să îl depășim, și anume: barierele în comunicare. Ce sunt barierele în comunicare? Sunt acele elemente care fac procesul de comunicare să se desfășoare mult mai greoi, ineficient sau chiar imposibil de desfășurat.

Barierele de comunicare sunt de mai multe tipuri, dar ne vom concentra asupra celor mai uzuale și asupra celor pe care cu siguranță le vei întâlni în cursul evenimentului:

- fizice (distanța dintre vorbitori, amplasamentul, durata discuțiilor);
- semantice (vocabular și conotații emoționale ale cuvintelor);
- implicarea pozitivă sau negativă (formularea propozițiilor într-un mod pozitiv sau negativ va apărea în funcție de modul în care gestionează echipele fiecare situație în parte);
- diferențe de percepție (modul în care suntem influențați de experiențele anterioare. Vor fi o serie de provocări din diferite arii de activitate, lucru ce va aduce în lumină experiența anterioară relevantă a mai multor membri din echipă);
- lipsa de interes (una din părțile implicate în procesul de comunicare poate fi dezinteresată de subiectul discuției, lucru ce se poate întâmpla mai ales dacă unii membri ai echipei nu sunt integrați de către lider pe toată perioada activității).

Feedbackul în comunicare este răspunsul pe care interlocutorul sau interlocutorii îl au la mesajul transmis de emițător. Acesta poate fi de mai multe feluri în funcție de structura comunicării. De exemplu, dacă este un dialog, răspunsul poate fi o confirmare, o infirmare, o întrebare etc. Un alt exemplu: dacă este o prezentare, feedbackul poate fi reprezentat de întrebări, aplauze, huiduieli etc.

Pentru o comunicare eficientă trebuie să existe un feedback, iar momentul în care emițătorul nu îl primește, acesta îl poate cere. Un context relevant bun în care se poate cere feedback este în momentul delegării unei sarcini (emițătorul vrea să se asigure că receptorul a preluat în mod corect toate detaliile comunicării).

Când vorbim despre comunicare, trebuie să luăm în considerare trei componente relevante:

A. comunicarea verbală (realizată prin intermediul cuvântului spus);
B. comunicarea paraverbală (caracteristici ale vocii: intonație, debit verbal, volum etc.);
C. comunicarea nonverbală (realizată cu ajutorul limbajului trupului: mimică, gesturi, înfățișare etc.)

Comunicarea este posibilă fără a exista toate aceste componente, de exemplu, o discuție telefonică redă comunicarea verbală și paraverbală fără a transmite comunicarea nonverbală. Comunicarea care regăsește toate cele trei elemente este numită comunicare mixtă și este cea mai des întâlnită.

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Comunicarea în mediul digital

Într-o lume în care o mare parte din comunicarea noastră se desfășoară prin mesaje scrise (emailuri, mesaje de grup, postări, formulare de înscriere), abilitatea de a transmite clar un mesaj în format text a devenit la fel de importantă ca vorbitul față în față. Diferența esențială este că în comunicarea digitală lipsesc tonul vocii, expresia feței și gesturile, adică tocmai elementele nonverbale și paraverbale care contribuie majoritar la înțelegerea unui mesaj. Asta înseamnă că responsabilitatea pentru claritate revine aproape în întregime cuvintelor alese și structurii mesajului.

Câteva principii simple fac diferența: un subiect clar înainte de detalii, un singur mesaj principal per comunicare și o tonalitate adaptată contextului, mai formală într-un email către un finanțator, mai directă într-un grup de voluntari. Un mesaj digital bun nu lasă loc de interpretare și nu necesită un mesaj ulterior de clarificare.

Feedbackul în echipele de proiect

Una dintre situațiile de comunicare cel mai des evitate (și cel mai necesar de exersat) este oferirea și primirea feedbackului într-un context de echipă. Feedbackul eficient nu este nici laudă generică, nici critică nestructurată. El are trei componente: descrie concret ce s-a întâmplat, menționează efectul pe care l-a avut asupra echipei sau activității și propune sau solicită o alternativă.

De exemplu, în loc de „nu ai comunicat bine", un feedback util ar suna astfel: „Când ai trimis informațiile despre activitate cu o zi înainte, colegii nu au avut timp să se pregătească, data viitoare ar ajuta să anunțăm cu cel puțin trei zile înainte." Această formă de comunicare construiește încredere în echipă și transformă greșelile în oportunități de ajustare, nu în surse de conflict.

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Creativitatea

Putem spune încă de la început că definiția creativității este o mare provocare.
Atunci când vorbim despre creativitate, foarte mulți ne gândim la zona artistică și segmentele acesteia: pictură, literatură, muzică, dans, artă în general. Însă creativitatea este mult mai mult decât atât, produsele și rezultatele creative sunt generate de procesul de creație, iar printre caracteristicile acestora se numără: originalitatea, noutatea, valoarea, utilitatea.

Asupra îngrădirilor în gândirea creativă există păreri diferite. În timp ce o parte a oamenilor se simt mult mai creativi atunci când au bariere impuse, o altă parte consideră că actul creativ trebuie să fie liber din prima clipă.
Pentru unii experți și cercetători, creativitatea aproape că nu poate fi definită, tangibilă sau posibil de predat sau dezbătută. În schimb, pentru alții, creativitatea este abilitatea de a ghida cunoștința noastră într-un mod diferit și de a privi la noi soluții sau noi moduri de a le realiza.

Creativitatea este considerată, în mare parte pe bună dreptate, o caracteristică individuală bazată pe trei competențe:

A. aptitudini pertinente de domeniu;
B. proces de creativitate;
C. temă de motivare intrinsecă.

Bineînțeles, dacă procesul creativ este suficient de bine dezvoltat, poate substitui pe perioade scurte de timp celelalte două competențe. Sunt de exemplu acele idei pe care le emite o persoană la prima vedere, la o discuție inițială sau în primele săptămâni într-o organizație.

Este de menționat că, pe lângă individul care poate avea însușite cele trei competențe menționate mai sus, există doi factori externi care influențează creativitatea și pe care îi vom explora în timpul evenimentului: lucrul mediului și climatul social.

O mică observație mai trebuie făcută: creativitatea și inovația nu sunt același lucru. Creativitatea este definită ca generare de idei, în timp ce inovația este definită precum o transformare a acestor idei în acțiuni prin selecție, ameliorare și implementare. În termeni mai tehnici, creativitatea este intrarea iar inovația este ieșirea.

Într-un mediu controlat, există anumite metode care se pot aplica pentru stimularea și ghidarea creativității. Prezentăm două dintre aceste metode, alese tocmai pentru că prezintă un proces complex, de la generarea de idei până la întocmirea unui plan de acțiune:

Pălăriile Gânditoare (6 pălării de culori diferite, după cum urmează)

Fiecare pălărie are o anumită semnificație și reprezintă o anumită etapă a procesului creativ, iar acestea se poartă pe rând, în următoarea ordine:

- Pălăria albă - albul este neutru și obiectiv; sub această pălărie se prezintă faptele obiective;
- Pălăria roșie - roșul sugerează furie, patimă și emoții; sub această pălărie se exprimă un punct de vedere emoțional;
- Pălăria neagră - negrul sugerează sobrietate și seriozitate; sub această pălărie se evidențiază punctele slabe ale unei idei, gândirea prudentă;
- Pălăria galbenă - galbenul sugerează lumina, energie pozitivă; sub această pălărie se evidențiază speranțele, gândurile pozitive, optimismul;
- Pălăria verde - verdele sugerează creștere, abundență; sub această pălărie se exprimă ideile creative, ideile noi;
- Pălăria albastră - albastrul sugerează viziunea de deasupra, tutorele aspectelor; sub această pălărie se vizează controlul, organizarea procesului de gândire și folosirea celorlalte pălării.

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Metoda Disney

Este folosită de zeci de ani în generarea ideilor pentru cele mai populare desene animate. Metoda are trei „personalități" pe care trebuie să le îmbrace participanții la discuție:

- Fantezistul - acesta vine cu idei și propuneri fără a se lovi de bariere;
- Realistul - este cel care încearcă să contureze acea idee în viață reală, folosind resursele disponibile;
- Criticul - cel care pune întrebări, cel care pune la îndoială și încearcă să găsească punctele slabe.

Aceste personalități se totalizează și până la urmă toate sunt mult apreciate de rezultat. Pentru un rezultat maximizat, se recomandă ca pentru fiecare personalitate să fie utilizată o altă încăpere adecvată trăsăturilor acesteia. Un exemplu concret: imaginează-ți că o echipă de tineri vrea să organizeze un eveniment cultural în cartierul lor.

Fantezistul propune o experiență imersivă: proiecții pe fațadele blocurilor, muzică live, ateliere de creație stradală deschise tuturor, standuri cu artiști locali și o zonă de fotografie interactivă. Nu există limite, totul e posibil.
Realistul preia ideile și le trece prin filtrul posibilului: ce spații publice sunt disponibile și necesită autorizații, ce echipamente există deja în comunitate, câți voluntari sunt necesari și în cât timp se poate organiza totul realist.
Criticul pune întrebările incomode: cine vine de fapt și de ce, cum se asigură că evenimentul nu rămâne doar pentru cei deja implicați în cultură, ce se întâmplă dacă plouă și cum se măsoară dacă a funcționat.

Parcurgând toate trei perspectivele în ordine, fără a le amesteca, echipa ajunge la o idee care e și îndrăzneață, și fezabilă, și testată critic înainte de implementare.

Creativitatea asistată de tehnologie

O perspectivă mai nouă asupra creativității, relevantă mai ales în contextul actual, este cea a creativității asistate, ideea că instrumentele digitale, inclusiv cele bazate pe inteligență artificială, pot funcționa ca parteneri în procesul creativ, nu ca înlocuitori ai acestuia. Un instrument AI nu are intenție, nu are experiență personală și nu are context cultural (toate acestea vin de la utilizator). Ceea ce poate face este să genereze variante, să propună asocieri neașteptate sau să ajute la depășirea blocajului inițial din fața unei pagini albe.
Creativitatea asistată nu este mai puțin autentică decât cea tradițională, la fel cum un scriitor care folosește un dicționar de sinonime nu e mai puțin creativ decât unul care nu îl folosește. Ceea ce contează este că selecția, direcția și intenția rămân ale omului. Instrumentul amplifică, nu înlocuiește.

Gândire critică și analitică - complement al creativității

A gândi critic, la nivelul simțului comun, înseamnă a fi cârcotaș, a fi oportunist, a respinge ideile altora doar pentru a impune propriile idei. Desigur, nu acesta este sensul propriu al conceptului de gândire critică. Dimpotrivă, a gândi critic înseamnă a pune întrebări, a căuta răspunsuri, a găsi alternative, a adopta o poziție pe baza unor justificări argumentate și a analiza logic raționamentele sau argumentele celorlalți și a evalua continuu relevanța și adecvarea informațiilor disponibile. Cu alte cuvinte, înseamnă a privi lucrurile și informațiile nu ca fiind de la sine înțelese, ci a le asuma conștient și justificat.

Gândirea analitică este cea care ne ajută să rezolvăm problemele în tălniță mai repede și mai eficient. Presupune abordarea metodică pas cu pas, reducerea problemelor complexe în componente mai simple, implicând de cele mai multe ori procesul de adunare și organizare a informațiilor, identificarea factorilor cheie, tragerea de concluzii.

Astfel, pe perioada activității, gândire critică și gândire analitică ne va ajuta să descoperim cele mai bune și cele mai eficiente soluții de a rezolva sarcinile, de a rezolva ghicitorile și de a pune cap la cap informațiile necesare pentru a parcurge evenimentul etapă cu etapă.
Pe parcursul activității este necesar să identificăm momentele esențiale în care a fost necesară această competență și să observăm progresul pe tot parcursul evenimentului. Din momentul în care membrii echipei vor înțelege provocările care trebuie parcurse, vor realiza implicarea gândirii critice și analitice, iar acestea vor avea evoluție constantă pe care o putem analiza.

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Managementul Timpului

Managementul timpului se referă la un set de obiceiuri, aptitudini, sisteme și principii folosite pentru a gestiona timpul petrecut pentru îndeplinirea unor activități specifice, cu scopul de a spori eficiența și productivitatea muncii.

Pe scurt, se referă la modul în care ne organizăm și ne gestionăm timpul și presupune control și organizare.

Când vorbim despre managementul timpului și ce putem îmbunătăți pentru a fi eficienți din acest punct de vedere, ne referim în primul rând la autodisciplină. De aceea, este util să știi cum îți petreci timpul pe parcursul unei zile. Dacă nu ai făcut asta până acum, poți începe să ții pe parcursul unei săptămâni sau chiar o lună de zile un jurnal, în care să notezi fiecare activitate în parte (absolut tot ceea ce faci). Pe lângă asta, la fiecare activitate, notează timpul petrecut și starea de spirita (energică, letargică, etc.).

În time management, jurnalul de activitate este un instrument important și totodată extrem de revelator deoarece te va ajuta să afli exact:

- cât timp acorzi activităților importante și celor neimportante;
- de câte ori pe parcursul zilei observi că „rămâi fără timp";
- intervalele orare în care ai mai multă energie și ești activ;
- intervalele în care scade nivelul de energie;
- raportul între lucru efectiv și pauze.

Sunt toate șansele să fii surprins: memoria îți poate juca feste, însă faptele scrise pe hârtie spun adevărul. Conștientizarea este primul pas spre a începe să fim mai eficienți cu timpul nostru.

Strategii pentru managementul timpului

Strategiile de management al timpului sunt adesea asociate cu recomandarea de a stabili obiective personale. Literatura de specialitate insistă asupra unor teme precum:

- „Desfășurarea activităților în ordinea importanței", stabilirea și prioritizarea obiectivelor;
- „Stabilirea de obiective pe termen lung", obiective care generează alte acțiuni în mod automat.

Se ține evidența acestor obiective și pot fi împărțite în trei categorii: proiecte, planuri de acțiune sau simple liste de sarcini. Pentru sarcinile sau obiectivele individuale se poate realiza un clasament în funcție de importanța lor, se pot stabili termene limită și se pot atribui priorități. Autorii recomandă planificarea zilnică, săptămânală, lunară sau pe o altă perioadă, asociată cu sfera de aplicare a planificării sau revizuirii. Acest lucru se poate realiza în mai multe moduri, după cum urmează:

Analiza ABCD

O tehnică folosită de mult timp în managementul afacerilor este categorizarea informațiilor lungi în grupuri. Adesea aceste grupuri sunt marcate de literele A, B, C și D, de aici și numele. Activitățile sunt clasate de aceste criterii generale:

- A — sarcinile care sunt percepute drept urgente și importante;
- B — sarcinile care sunt importante, dar nu urgente;
- C — sarcinile care nu sunt importante, dar urgente;
- D — sarcinile care nu sunt importante și urgente.

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Analiza Pareto

Principiul Pareto exprimă ideea că 80% din sarcini pot fi finalizate în 20% din timpul desemnat, iar restului de 20% din sarcini le va fi necesar 80% din acel timp. Acest principiu este folosit pentru a împărți sarcinile în două. Potrivit acestei forme de analiză, se recomandă să li se acorde prioritate sarcinilor din prima categorie.

De asemenea, regula 80-20 poate fi aplicată pentru a crește productivitatea: se presupune că 80% din productivitate poate fi atinsă prin îndeplinirea a 20% din sarcini. Dacă productivitatea este scopul organizării timpului, atunci aceste sarcini trebuie prioritizate.

Întreruperile digitale și concentrarea profundă

Una dintre cele mai mari provocări ale managementului timpului pentru generația actuală nu este lipsa instrumentelor de organizare, ci abundența întreruperilor digitale. Notificările de pe telefon, mesajele din grupurile de WhatsApp, emailurile care sosesc continuu și tentația de a verifica rețelele sociale la fiecare pauză de gândire fragmentează atenția într-un mod pe care jurnalul de activitate îl va scoate rapid la lumină.

Cercetările în domeniu arată că după o întrerupere, creierul are nevoie de aproximativ 20 de minute pentru a reveni la același nivel de concentrare. Asta înseamnă că zece notificări pe parcursul unei ore de lucru pot face practic imposibilă orice muncă de calitate, chiar dacă fiecare verificare durează doar câteva secunde. O primă măsură concretă este să definești blocuri de timp în care telefonul este pe silențios și aplicațiile de mesagerie sunt închise — nu pentru totdeauna, ci pentru intervale precise și asumate.

Timeboxing - o metodă practică pentru proiecte voluntare

O tehnică complementară analizelor ABCD și Pareto, mai ușor de aplicat imediat, este timeboxing-ul: alocarea unui interval de timp fix pentru o sarcină, indiferent dacă aceasta este finalizată sau nu în acel interval. În loc să lucrezi la o sarcină până o termini, decizi din start că îi aloci, de exemplu, 45 de minute, după care te oprești și evaluezi unde ești.

Această metodă are două avantaje principale. În primul rând, forțează o estimare realistă a timpului necesar, un exercițiu în sine extrem de util, mai ales pentru cineva la început de drum în gestionarea proiectelor. În al doilea rând, previne ceea ce specialiștii numesc gold-plating, tendința de a continua să lucrezi la ceva după ce este suficient de bun, consumând timp care ar trebui alocat altor sarcini. Pentru un voluntar care lucrează la un proiect cultural în paralel cu școala sau serviciul, timeboxing-ul poate fi diferența dintre o zi productivă și una în care o singură sarcină a consumat tot.

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Lucrul în echipă și leadership

Lucrul în echipă este un termen amplu care definește multe interacțiuni, situații, moduri de comunicare etc. De data aceasta, atenția noastră se va concentra asupra caracteristicilor care fac echipele să meargă în mod normal și asupra disfuncțiilor care pot apărea.

Există patru caracteristici principale care definesc un lucru în echipă natural:

- toată lumea din echipă știe ce are de făcut;
- membrii echipei au abilitățile și capacitatea de a-și îndeplini task-urile;
- nu apar obstacole în desfășurarea muncii lor;
- persoanele sunt dispuse să colaboreze.

Bineînțeles, pe lângă aceste caracteristici există câteva elemente la nivel de individ care pot afecta bunul mers al unei echipe, care ulterior pot genera obstacole ce îngreunează desfășurarea muncii în echipă, de exemplu:

- agenda ascunsă a unora dintre membrii echipei care au și alte obiective pe lângă cele propuse la nivel de echipă (poate o avansare, beneficii personale suplimentare etc.);
- lipsa motivației, care poate fi cauzată, în cazul activității de astăzi, de faptul că echipa și liderul nu implică toți membrii în modul în care aceștia și-ar dori în cadrul activității.

Avantajele muncii în echipă, pe care să le recunoaștem în timpul activității:

- implicarea și oferirea de perspective diferite: munca în echipă înseamnă folosirea abilităților, a domeniilor de expertiză și a punctelor forte a fiecărui membru;
- împărtășirea informațiilor: colaborarea și împărtășirea informațiilor de care unii membri dispun este esențială în bunul mers al echipei;
- încurajarea: membrii unei echipe pot avea în același timp stări de spirit diferite, iar prezența unor membri care sunt încrezători și pot insufla asta mai departe colegilor este importantă;
- sentimentul de apartenență: deși activitatea se va desfășura pe un termen scurt, sentimentul de apartenență la un grup nu trebuie omis din vedere, cu atât mai mult cu cât participanții se cunosc deja.

Lucrul eficient în echipă depinde de mai mulți factori. Unul dintre ei este etapa în care se află echipa:

- Etapa de Formare: este punctul în care echipa se construiește, există idei și apare falsul entuziasm;
- Etapa de Criză: obiectivele se conturează, iar membrii echipei încep să aibă conflicte datorită conținutului, funcțiilor, modului de organizare, valorilor etc.;
- Etapa de Normare: echipa depășește etapa de criză și începe să funcționeze normal, merg ca unse și se formează automatisme clare, precise;
- Etapa de Performare: atinsă de puține echipe, în general este o etapă în care lucrurile merg ca unse și se formează automatisme clare, precise.

Deși lucrurile par simple, de fapt nu este doar un proces ciclic. Echipele pot trece de la o stare la alta aleatoriu datorită factorilor externi sau interni. De exemplu: echipa este în etapa de normare, dar se alătură un membru nou care emite pretenții asupra unei poziții superioare deja ocupate (acest lucru poate duce echipa din nou în faza de criză).

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Echipe mixte și incluziune

Lucrul în echipă devine cu adevărat complex (și cu adevărat valoros) atunci când membrii echipei provin din contexte diferite: niveluri diferite de experiență, backgrounduri sociale diverse, așteptări și stiluri de comunicare care nu coincid de la început. O echipă omogenă poate funcționa mai fluid la suprafață, dar o echipă mixtă generează perspective mai variate și soluții mai robuste, dacă diferențele sunt gestionate conștient.

Câteva principii ajută în acest sens. Primul este să nu confunzi tăcerea cu acordul: cineva mai puțin obișnuit să vorbească într-un grup poate avea contribuții valoroase care nu apar dacă nu există un spațiu explicit pentru ele. Al doilea este să distribui sarcinile în funcție de puncte forte, nu de ierarhie sau vechime. Al treilea (și poate cel mai important) este să normalizezi nevoia de sprijin: o echipă în care poți spune „nu știu cum să fac asta, mă ajuți?" fără jenă este o echipă care învață și se adaptează mai repede.

Disfuncții care pot apărea într-o echipă

Principalele dintre acestea aduc la un randament extrem de scăzut al lucrului în echipă:

- absența încrederii - frica de a fi vulnerabil în fața colegilor, cea ce împiedică dezvoltarea încrederii;
- teama de conflict - dorința de a păstra o pace superficială suprimă apariția conflictelor ce pot rezolva situații sau genera idei;
- lipsa angajamentului - împiedică membrii echipei să ia decizii pe care să le ducă la implementare;
- evitarea asumării responsabilității - dorința de a evita disconfortul de a trage la răspundere un alt coleg;
- lipsa de atenție - focusul și atenția sunt puse pe obiective personale decât pe cele ale echipei.

Valorile unui lider

- Viziunea apreciată: calitatea indispensabilă a unui lider, acesta trebuie să știe unde se află echipa și încotro este obiectivul;
- Comunicare și relații: abilitățile necesare pentru a transmite mai departe obiectivul și viziunea, pentru a ajuta, exprima cum vede desfășurarea reală a lucrurilor;
- Influență și persuasiune: foarte importantă, capacitatea de a se face înțeles și de a face oamenii să îl urmeze.

Leadership situațional

Una dintre cele mai utile reconceptualizări ale leadershipului este cea situațională, ideea că nu există un singur tip de lider potrivit pentru toate circumstanțele și că același om poate și ar trebui să adopte stiluri diferite în funcție de context și de echipă.

Într-o fază de planificare, când echipa are nevoie de direcție clară, liderul eficient este directiv și structurat. Într-o fază de implementare cu o echipă experimentată, același lider ar putea fi mai degrabă un facilitator care deblochează probleme și asigură resursele necesare. La un moment de criză, e nevoie de cineva care ia decizii rapid și își asumă responsabilitatea. La o sesiune creativă, același rol înseamnă să dai spațiu, nu să conduci.

Ceea ce face aceasta o competență transversală autentică este că implică în primul rând autocunoaștere (să știi care e stilul tău natural), când funcționează și când trebuie ajustat. Observație: să citești corect ce are nevoie echipa în momentul respectiv. A ști când să conduci și când să urmezi nu e o slăbiciune; e semn de maturitate în leadership.

Finanțat de
Municipiul Timișoara
prin Centrul de Proiecte

Organizator proiect:
CDP

Inteligența Artificială ca abilitate transversală - Instrument, nu oracol

Trăim într-un moment în care instrumentele bazate pe inteligență artificială au devenit accesibile oricui are un telefon sau un laptop. Asta ridică o întrebare importantă: cum folosești ceva ce nu înțelegi complet, fără să te bazezi pe el în mod orb și fără să îl respingi din teamă?

Primul pas este să înțelegi ce este, de fapt, un sistem AI de tipul celor cu care interacționăm astăzi. Simplificat: un model de limbaj generează răspunsuri pe baza unor pattern-uri statistice extrase din cantități uriașe de text. Nu caută informații în timp real, nu gândește și nu înțelege, în schimb produce secvențe de text care sunt probabile și coerente în context. Asta înseamnă că poate fi remarcabil de util și spectaculos de greșit în același timp, uneori în același răspuns.

A ști asta nu înseamnă să nu folosești AI. Înseamnă să îl folosești cu ochii deschiși.

Prompting - o formă nouă de comunicare structurată

Unul dintre lucrurile pe care utilizatorii începători nu le realizează imediat este că calitatea răspunsului primit de la un sistem AI depinde în mod direct de calitatea întrebării puse. Această întrebare (numită prompt) este, în esență, un act de comunicare structurată: trebuie să fie clară, să ofere context suficient, să specifice forma dorită a răspunsului și să anticipeze ce informație lipsește.

Compară cele două variante de mai jos pentru același scop:

Prompt slab: „Scrie-mi un email despre proiectul meu."
Prompt bun: „Scrie un email de prezentare de maximum 150 de cuvinte pentru un proiect cultural adresat tinerilor din Timișoara, destinat unui potențial partener instituțional. Tonul să fie profesionist dar accesibil. Proiectul include ateliere de formare și o expoziție digitală."

Diferența de rezultat între cele două variante este semnificativă, nu pentru că AI-ul a devenit mai bun, ci pentru că utilizatorul a comunicat mai bine ce are nevoie.

Formularea unui prompt bun implică exact competențele transversale pe care le-am discutat în capitolele anterioare: să știi ce vrei să comunici (comunicare), să structurezi logic o cerere (gândire analitică), să anticipezi perspectiva celuilalt (empatie funcțională) și să iterezi pe baza feedbackului primit (adaptabilitate). Prompting-ul nu este o abilitate tehnică de nișă și este o extensie firească a abilităților de comunicare în contextul digital actual.

Utilizare responsabilă și gândire critică aplicată

A folosi AI responsabil nu înseamnă să îl folosești rar, înseamnă să îl folosești conștient. Există câteva întrebări pe care orice utilizator ar trebui să și le pună înainte de a prelua și folosi un output generat de AI:
Este informația verificabilă? Un sistem AI poate genera date statistice, citate sau referințe care sună convingător, dar sunt inexacte sau complet inventate. Orice informație factuală importantă trebuie verificată dintr-o sursă primară.
Cine a produs conținutul pe care l-am cerut? Dacă îi ceri unui sistem AI să scrie un text pe care îl vei semna cu numele tău, e important să înțelegi că acel text nu reflectă gândirea ta, reflectă o medie statistică a multor altor texte. Valoarea unui astfel de output crește semnificativ dacă îl tratezi ca pe un draft de lucru, nu ca pe un produs finit.
Ce pierd dacă sar peste procesul de gândire? Există situații în care AI poate prelua o sarcină rutinară și elibera timp pentru altceva mai valoros. Dar există și situații în care procesul de a gândi singur, de a scrie un text, de a căuta o soluție, chiar dacă e mai lent și mai imperfect, este exact ce te ajută să înveți și să te dezvolți. A delega în mod reflex orice sarcină dificilă unui sistem AI înseamnă a renunța la exact tipul de efort care construiește competențe reale.

Utilizatorul competent în era AI nu este cel care primește cel mai impresionant răspuns. Este cel care știe să pună cea mai bună întrebare, să evalueze critic ce primește, să integreze outputul în propriul raționament și să rămână autorul real al muncii sale.