

Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca
Facultatea de Științe Politice și ale Comunicării
Școala Doctorală de Științe Politice și ale Comunicării

Crisis Communication in the Age of Covid-19

Zoom and black screens in the education system in Israel

Comunicarea în situații de criză în era Covid-19

Zoom-ul și ecranele negre în sistemul de învățământ din Israel

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

Conducător științific:

Prof. Dr. habil. Zoltán Tibori-Szabó

Student doctorand:

Michal Pal Bracha

2024

Cuprins

1. Rezumat.....	1
2. Introducere.....	3
3. COMUNICARE ÎN PERIOADA CRIZEI.....	16
3.1. Comunicarea în timpul crizei (covid-19)	16
3.2. Criterii de criză.....	16
3.3. Proiectarea percepțiilor de risc.....	22
3.4. Comunicarea socială în timpul crizei.....	23
3.5. Comunicarea în criză și empatia.....	24
3.6. Dileme în comunicarea de criză.....	25
3.7. Mituri în mass-media.....	27
3.8. Între comunicarea de criză schimbări în educație și Zoom.....	28
4. FENOMENUL ZOOM.....	30
4.1. Zoom ca cultură vizuală.....	34
4.2. Comunicarea digitală & artistică ca cultură vizuală.....	36
4.3. Istoria culturii vizuale în Zoom.....	41
4.4. „Zoometafora”	47
4.5. „Epuizarea Zoom”.....	49
4.6. O sută de decizii politice într-un minut.....	53
4.7. Tipurile de Zoom.....	54
4.8. Socialismul Zoom și conținutul.....	56
4.9. Zoom în contra Zoom out.....	64
4.10. Camera pornită.....	65
4.11. Camera oprită.....	69
4.12. Gen și ecran negru.....	73
4.13. Relația dintre Zoom și grupuri.....	75
5. AUTO-REPREZENTAREA DIGITALĂ.....	78
5.1. Auto-reprezentarea în psihanaliză.....	78
5.2. Fenomenul narcisismului.....	81
5.3. Curentul de psihologie a sinelui.....	81
5.4. Sinele conform lui Melanie Klein.....	81
5.5. Sinele conform abordării relațiilor de obiect.....	82
5.6. Sinele adevărat conform lui Winnicott.....	82

5.7. Rezumatul teoriilor relațiilor de obiect.....	85
5.8. Auto-reprezentarea în tunelul timpului tehnologic.....	86
5.9. Vizualizarea de sine.....	88
5.10. Auto-reprezentarea ca act artistic.....	90
5.11. Auto-Zoom & Voyerismul.....	92
5.12. Voyerismul la realitatea augmentată.....	95
6. DEZVOLTAREA TEHNOLOGIEI.....	97
6.1. Avantaje vs. Dezavantaje.....	97
6.2. Definiția hibridului	103
6.3. Tehnologie hibridă & educație.....	105
6.4. Tehnologia & copiii online.....	107
6.5. Hibridul & Zoom.....	113
7. METODOLOGIE.....	114
7.1. Metode de cercetare.....	114
7.2. Întrebări de cercetare.....	117
7.3. Ipotezele.....	117
7.4. Subcapitolul metodologiei.....	117
7.5. Populația studiului.....	118
7.6. Analiza factorială a datelor a dezvăluit 4 factori	119
7.7. Găsirea: 12 motive principale care au apărut în chestionar pentru camera închisă	119
7.8. Interpretarea datelor din chestionar.....	124
7.9. Interviu despre ecranele negre în Zoom.....	126
7.10. Calitativ - Profund și vizual.....	126
7.11. Populația studiului.....	126
7.12. Interpretarea datelor din interviuri.....	126
7.13. Date principale din cercetarea vizuală	139
7.14. Denotativ și conotativ în Zoom.....	139
7.15. Zoom: Surse digitale cu motive identice în cultura populară contemporană	140
7.16. Date principale din literatura de specialitate.....	144
7.17. Găsiri online – AI.....	153
7.18. Limitările cercetării.....	163
8. CONCLUZII.....	165

8.1. Discuție.....	165
8.2. Concluzii principale.....	174
8.3. Concluziile studiului în raport cu ipotezele de cercetare.....	176
8.4. Concluzii la întrebările de cercetare	183
8.5. Influențe negative	184
8.6. Influențe pozitive.....	185
8.7. Ghid Zoom pentru utilizare corectă.....	189
8.8. Recomandări pentru gazdă cu privire la grupurile Zoom.....	190
8.9. Originalitatea și inovația cercetării.....	192
8.10. Recomandări pentru studii viitoare.....	193
9. BIBLIOGRAFIE.....	194
10. Lista referințelor: Surse electronice.....	200
11. Anexe	204
11.1. Anexa chestionar.....	207
11.2. Anexa interviu.....	208
11.3. Citate din interviuri.....	209
11.4. AI – Găsirile inteligenței artificiale.....	214

Lista lucrărilor publicate pe tema cercetării:

- Pal Bracha M. (2020). Bunuri simbolice în afișele israeliene. Studia UBB Ephemerides, nr. 2, pp. 93-120. DOI:10.24193/subbeph.2020.2.05. Publicat online și tipărit: 30 decembrie 2020.
- Pal Bracha M. (2020). Analiza filmelor Avatar. Israel. Disponibil la: Academia și PDF.
- Pal Bracha M. (2021). Comunicarea în era ecranelor negre: „Cine mă privește în negru nu știe cine sunt.” Studia UBB Ephemerides, 66(1), 111-127. <https://doi.org/10.24193/subbeph.2021.1.04>
- Pal Bracha M. (2022). Comunicarea în era ecranelor negre. Bima of Discussion: Informații și alfabetizare media digitală într-o nouă realitate, Biton Mofet Institute, nr. 68, martie 2022. Disponibil la: Mofet Institute

Cuvinte cheie: Noua media, Zoom, Ecran negru, Comunicare virtuală, Comunicare vizuală, Covid-19, Comunicarea în criză, Cultură vizuală, Auto-reprezentare digitală, Învățare hibridă, Cameră oprită, Cameră pornită, Epuizare Zoom, Comunicare socială, Realitate augmentată, Coduri vizuale, Comunicare non-verbală, Cercetare vizuală, Constructivism, Voyeurism și expunere în lumea virtuală, Impact psihologic-comunicativ, Comportament online, Implicarea participanților, Gen și comunicare virtuală, Etica în Zoom, Selfie-Zoom, Model de imitație social-digitală, Panopticon în noua media.

Introducere. Argument

Interesul meu pentru această teză de doctorat a evoluat din pasiunea pentru explorarea utilizării Zoom-ului. Totul a început dintr-o stare de frustrare în fața ecranelor negre. În spatele camerelor oprite și a ecranelor negre se ascundeau, poate, studenții mei. Am simțit o tendință de închidere din exterior și "închidere" din interior. Ca într-un laborator de macro și micro. Am observat o suprapunere între starea externă a priori care ne înconjoară în circumstanțele pandemiei Covid-19 și starea mentală internă generată de alegerea, conștientă sau inconștientă, a comunicării de criză (Ulmer, Sellnow și Seeger, 2007, Capitolul Unu). Conform lui Beilenson (2022), utilizarea Zoom-ului a devenit unul dintre cele mai proeminente aspecte ale noilor media și comunicării vizuale, în special în timpul crizei actuale. Studiul examinează consecințele camerelor închise (ecranelor negre) în timpul întâlnirilor pe Zoom, concentrându-se pe impactul acestora asupra dinamicii comunicării (Manovich, 2021) și deciziilor politice digitale (Erllich & Gindi, 2023, Capitolul doi). auto-reprezentare (Fiske & Taylor, 2017, Capitolul trei), și considerații etice (Rushkoff, 2010, Capitolul patru). Scopul este de a înțelege de ce utilizatorii aleg să își lase camerele oprite și cum acest fenomen modelează interacțiunile virtuale. Înțelegerea motivelor pentru închiderea camerelor este esențială, deoarece evidențiază modul în care comunicarea virtuală afectează interacțiunile interpersonale și sociale într-o epocă digitală dominată de instrumentele de videoconferință.

Partea metodologică a tezei a fost cercetată în Israel în perioada pandemiei Covid-19. Tranziția la învățarea la distanță și comunicarea virtuală aduse de epidemie, (2020-22) a fost examinată, subliniind adoptarea pe scară largă a platformelor precum Zoom. Scopul studiului este de a înțelege noile coduri (comunicarea vizuală) care au apărut datorită acestei tranziții la comunicarea prin Zoom și ecranul negru, și modul în care lipsa indicilor vizuali afectează interacțiunile interpersonale și calitatea

comunicării, împreună cu înțelegerea motivelor pentru camerele închise în timpul Zoom. Trebuie menționat că, deși comunicarea non-verbală este bine studiată în interacțiunile față în față, efectul camerelor închise în setările virtuale este un domeniu relativ neexplorat. Cercetarea este nouă în acest aspect particular al Zoom-ului, oferind perspective noi asupra modului în care auto-reprezentarea digitală și alegerea de a nu deschide camerele afectează interacțiunile virtuale. Toate acestea se întâmplă într-o epocă digitală în care o parte semnificativă a vieților noastre este pe ecran și ne prezentăm reprezentarea vizual-digitală pe tot parcursul zilei pe rețelele sociale (inclusive). Imaginea de sine ar trebui să imite imaginile dominante de pe web. În consecință, de cele mai multe ori, imaginea este ocupată în conformitate cu standardele rețelei, dublăm forma populară (Abrudan, 2012). Elementele cheie ale cercetării constau în examinarea factorilor psihologici și culturali din spatele camerelor închise, impactul asupra experienței utilizatorului și implicațiile mai largi pentru practicile de comunicare într-o epocă digitală dominată de întâlnirile virtuale. În timp ce tranziția a fost mental dificilă și complexă, ea a generat și noi oportunități pentru comunicare și educație la nivel global (Serhan, 2020, pp.336-340). Cercetarea pregătește scena pentru o analiză aprofundată a acestor provocări/opportunități și contribuie la o înțelegere mai profundă a dinamicii comunicării prin Zoom și ecranele negre.

Argumentul central al cercetării postulează că fenomenul ecranelor negre în timpul întâlnirilor pe Zoom reprezintă o schimbare semnificativă în dinamica comunicării, evidențiind complexitatea și multiplicitatea sinelui în interacțiunile digitale (Ben Gal-Herzog, 2022). Aceasta este în contrast cu vederile tradiționale ale unui sine continuu și singular. Bazându-se pe teoriile psihanalitice, cercetarea sugerează că decizia de a opri camerele în timpul întâlnirilor virtuale este influențată de diverși factori psihologici, culturali și sociali, care la rândul lor afectează calitatea comunicării și auto-reprezentarea. Cercetarea argumentează că absența indicilor vizuali datorită camerelor închise creează un sine digital fragmentat și multifacetat. Acest lucru se aliniază cu abordarea referențială, care vede sinele ca fiind format din multiple, uneori conflictuale, stări de sine. Fenomenul ecranului negru este văzut ca o manifestare a acestei multiplicități, unde indivizii gestionează auto-prezentarea lor într-un mediu mediat, adesea fragmentat. Studiul explorează modul în care acest lucru

impactează interacțiunea dintre indivizi și grupul digital (Ziegenhein & Stauffer, 2020).

Dezvoltarea încrederii și sentimentul de prezență în întâlnirile virtuale sunt diferite în percepție atunci când ecranul este negru. Prin examinarea motivelor subiacente pentru care participanții aleg să-și păstreze camerele oprite, cercetarea își propune să descopere perspective mai profunde asupra practicilor de comunicare digitală și natura în evoluție a percepției de sine în era Zoom. Motivele găsite pentru închiderea camerei sunt variate și includ: multitasking, epuizare Zoom, etică neclară - lipsa regulilor și reglementărilor, imaginea corpului, preocupări psihologice, un sentiment de putere și control, statut socioeconomic, probleme de securitate, lipsa conexiunii cu grupul/facilitatorul și probleme tehnologice.

Conform argumentelor, studiul descrie noile coduri vizuale. Coduri create în urma utilizării Zoom-ului. Unele dintre coduri sunt noi și altele sunt preluate din lumea digitală virtuală. Este important de menționat că aplicația Zoom a fost aleasă ca un eșantion reprezentativ datorită frecvenței utilizării sale. Dar rezultatele tezei pot fi aplicate și altor apeluri video din această perioadă. Pe de altă parte, fiecare aplicație de apelare video are mecanisme de operare diferite, deși ideea generală este aceeași. Aplicația Zoom este singura care permite oprirea auto-reprezentării digitale prin închiderea camerei, permițând astfel o alegere dramatică politică-media care afectează modurile de comunicare virtuală.

Trebuie să știm cum funcționează reprezentările vizuale, cum să le utilizăm și cum să dezvoltăm interpretări vizuale ale ideilor personale. Cultura vizuală devine parte din producția umană cotidiană și se dezvoltă prin multiplicarea formelor în care este exprimată și creșterea impactului pe care îl are asupra interacțiunii sociale (Abrudan, 2012). Codurile sunt create în urma închiderii camerei Zoom, care includ mai multe elemente cheie: Iluzia realității: Tehnologiile vizuale precum realitatea virtuală și realitatea augmentată creează o iluzie convingătoare a realității, făcând dificilă pentru participanți să distingă între ceea ce este real și ceea ce este artificial. Coduri tehnice și sociale: reprezentările vizuale utilizează coduri tehnice care permit crearea producției vizuale, iar ideologia susține acest lucru prin codificarea semnificațiilor preferate într-un anumit context cultural. Media socială și conținutul de divertisment: Platformele de social media au fost inundate cu conținut umoristic

precum meme-uri și videoclipuri virale legate de întâlnirile pe Zoom, creând un spațiu unic pentru expresia comică și construirea comunității online. Reprezentări culturale postmoderne: media vizuală în perioada postmodernismului subliniază respingerea valorilor tradiționale și accentuarea experienței și expresiei personale. Prin închiderea camerei, participanții pot utiliza aceste tehnologii pentru a crea o prezență personalizată, dar interactivă, menținându-și în același timp intimitatea și confortul personal.

Rezultatele studiului arată că există 6 coduri noi în urma utilizării Zoom-ului, dar doar unul este nou cu utilizarea Zoom-ului: • Codul ecranului negru. (Nou - Creat în Zoom) - Etică, auto-reprezentare, securitate și utilizarea camerei. • Codul realității augmentate. (Înainte de Zoom - Dar un cod care caracterizează Zoom-ul)* • Un cod al multiplelor imagini vizuale pâlpâitoare. (Înainte de Zoom - Un cod care caracterizează Zoom-ul)* • Un cod al auto-reprezentării într-o rețea socială interactivă și sincronă. (Înainte de Zoom - Un cod care caracterizează Zoom-ul)* • Codul imaginii și textului într-o comunitate virtuală. (Înainte de Zoom - Un cod care caracterizează Zoom-ul)* • Coduri ale limbajului corpului. (Înainte de Zoom - Un cod care caracterizează Zoom-ul)*

În teza, capitolul concluziilor arată explicația modului în care aceste coduri au fost create din datele cercetării, organizându-le în categorii: Auto-reprezentare - Prin deschiderea/închiderea unei camere. Cele două configurații mărturisesc intenții diferite și deconstruiesc reprezentarea atât în producția ei, cât și în absența ei. Voyeur și control - Există o alegere de a fi: privitor, observat, ambele, înregistrare, ascultare, schimbarea configurației ecranului, dispariție și revenire, deschiderea camerei uneori, scrierea unui mesaj unui dintre participanți și multe altele. Proximitatea participantului la cameră și privirea atentă în ochi transmit un sentiment de invazie a intimității. Umbra - Deoarece o reprezentare decide gradul de expunere, el/ea poate rămâne în umbră și face atât cât îi place fără ca nimeni să știe. Parte din acțiunile care se întâmplă în urma cercetării în acest cod sunt multiple acțiuni în timpul Zoom-ului. Codul vestimentar Zoom - Sau conform acestui studiu, lipsa unui astfel de cod. Astfel, oricine poate purta ce vrea (Au fost și cazuri de nuditate parțială, în special la băieți). Pe lângă asta, reprezentarea mea poate pune realitate virtuală și chiar schimba mediul în care participantul se află. Estomparea poate fi parțială prin realitate augmentată ușoară sau completă printr-un avatar. Adevărul pe Zoom - Dincolo de hacking și trolii

pe rețea și scurgeri de informații care pot fi prevenite prin securitatea rețelei, incapacitatea de a verifica că persoana care este pe Zoom este cu adevărat persoana invitată acolo din cauza unui ecran negru/realitate augmentată, oferă Zoom-ului o ambiguitate a conceptului de adevăr. Ecranele negre fac dificilă pentru participanții Zoom să simtă o experiență sigură în care să știe dincolo de orice îndoială că persoana care este cu ei pe Zoom este persoana invitată acolo.

Importanța subiectului de cercetare

Cercetarea explorează efectele transformative ale comunicării virtuale în timpul pandemiei Covid-19 în Israel, concentrându-se în special pe fenomenul ecranelor negre - participanți care aleg să-și păstreze camerele oprite. Acest comportament a devenit răspândit deoarece izolarea a forțat oamenii să rămână în casele lor, făcând platformele virtuale precum Zoom indispensabile pentru menținerea conexiunilor educaționale, profesionale și sociale. Înțelegerea motivelor din spatele comportamentului de a opri camera și a impactului său multifacetic este crucială pentru îmbunătățirea comunicării virtuale, creșterea angajamentului și abordarea implicațiilor sociale, psihologice și artistice mai largi.

Cercetarea despre comunicarea prin Zoom în timpul pandemiei Covid-19 și impactul ecranelor negre este crucială datorită efectelor sale multiple, incluzând:

1. **Impactul societal și cultural** - Utilizarea crescută a Zoom în timpul Covid-19 a modificat dinamica comunicării interpersonale și organizaționale. Prevalența ecranelor negre afectează dinamica comunicării virtuale, potențial remodelând normele și codurile culturale în medii virtuale.
2. **Efecte psihologice** - Restricțiile și izolările în timpul Covid-19 au redus interacțiunile față în față, impactând activitatea socială. Ecranele negre pot exacerba sentimentele de insecuritate și limitele în comunicarea virtuală.
3. **Implicarea în comunicare** - Cercetarea își propune să descopere motivele din spatele închiderii camerelor pe Zoom și să înțeleagă implicațiile lor asupra comunicării virtuale. Aceasta caută să ofere o descriere detaliată și o analiză a provocărilor și oportunităților pe care le prezintă. Studiul inovează prin examinarea unui domeniu puțin studiat, cel al camerelor închise în

comunicarea virtuală, contribuind cu perspective noi asupra auto-reprezentării digitale și eticii comunicării.

Contribuțiile originale includ elucidarea modului în care camerele închise redefinesc normele și practicile de comunicare în medii virtuale, distincte de interacțiunile tradiționale față în față. Cercetarea se distinge prin explorarea unor noi dimensiuni în comunicarea digitală, având ca scop înțelegerea mecanismelor de adaptare în situații noi, cum ar fi închiderea camerelor. Oferă perspective profunde pentru consultanți și propuneri de politici pentru gestionarea și îmbunătățirea practicilor de comunicare digitală.

Această cercetare își propune să contribuie la o înțelegere mai profundă a dinamicii comunicării virtuale în era Zoom. Ea urmărește să avanseze politici și intervenții legate de auto-dezvăluirea digitală, etica în comunicarea digitală și implicațiile psihologice ale activităților virtuale. Înțelegând comportamentele noastre digitale în apelurile video, putem contribui la societate și industrie cu abordări de comunicare adaptate nevoilor utilizatorilor.

Parte din inovația și originalitatea cercetării se referă la termenul 'Selfie-Zoom', care descrie o situație de selfie virtual care nu este făcut de voința liberă a participantului Zoom și este aparent forțat să fie în poziție de selfie. De-a lungul studiului, modul 'Selfie-Zoom' s-a schimbat, astfel încât participantul Zoom poate alege dacă să-și ascundă selfie-ul sau nu. Chiar dacă participantul alege să-și ascundă imaginea vizuală de la auto-vizualizare, ceilalți încă pot vedea 'Selfie-Zoom-ul' său. Având în vedere că ești observat și nivelul tău de control asupra reprezentării vizuale digitale este limitat, au fost create situații artificiale de comportament virtual menite să imite situații digitale alese liber într-un alt mediu.

Importanța cercetării asupra valorii transformative a comunicării virtuale în timpul unei crize provine din faptul că, din când în când, crizele de comunicare afectează umanitatea în general și Israelul în special. Din păcate, comunicarea de criză a devenit comună în Statul Israel în ultimii ani, iar din 2020 utilizarea Zoom-ului a devenit din ce în ce mai frecventă ca mijloc de comunicare. Înțelegerea motivelor pentru închiderea camerelor, împreună cu înțelegerea codurilor vizuale, permite identificarea tendințelor similare și diferite în utilizarea camerei în timpul utilizării Zoom-ului.

Dintr-un studiu pe care l-am realizat cu studenții mei, s-a constatat că numărul camerelor închise pe Zoom în 2023, odată cu izbucnirea războiului în Israel, a fost semnificativ mai mic decât în perioada Covid-19. Unele dintre presupunerile mele de bază pentru diferențele în fenomen sunt legate de sloganul maselor "Împreună vom învinge" și de sentimentul de unitate a destinului locuitorilor Israelului. Astfel, din era Covid-19, unde toată lumea trebuia să aibă grijă de sine și să fie izolată de ceilalți pentru a supraviețui, în timpul războiului tendința a fost opusă și sentimentul de supraviețuire colectivă a permis scăderea mecanismelor de auto-apărare și o ordine diferită a priorităților de comunicare. Este posibil ca experiențele noastre de studiu cu Zoom să ne fi învățat să-l folosim într-un mod mai controlat și poate teoria imitației este cea care a funcționat în favoarea camerelor deschise pe Zoom.

În orice caz, fără a aprofunda experiența utilizatorului Zoom din era Covid-19, ar fi fost dificil să identificăm tendințele schimbătoare în comunicarea virtuală pe Zoom. În concluzie, importanța cercetării constă în instrumentele viitoare pe care le poate oferi umanității pentru a descifra situațiile de comunicare virtuală transformatoare care pot apărea în comunicarea de criză în viitor.

Metodologie

Metodologia în acest studiu doctoral s-a dezvoltat și a progresat în cadrul cercetării în sine. În primul pas, am încercat să investighez întrebările de cercetare și ipoteza în mod cantitativ prin chestionare într-un fișier docs. Scopul a fost să colectez date despre amploarea fenomenului și semnificația sa în Israel în perioada Covid-19. După colectarea datelor, am simțit că completarea chestionarelor nu era suficientă pentru a înțelege motivele închiderii camerei, înțelegerea codurilor sociale și efectul asupra modurilor de comunicare, ci doar amploarea fenomenului în societatea israeliană prin segmentarea statistică a datelor conform variabilelor lor.

Analiza Factorială a datelor a relevat 4 variabile: Factorul 1 - Vârsta - O variabilă importantă în studiu este vârsta respondenților. Copiii până la vârsta de 10 ani, de obicei sub supravegherea părinților, tind să deschidă camera folosind Zoom. De la vârsta de 10-18 ani, preferința este pentru camera închisă, iar de la vârsta de 18 ani în sus, împărțirea este mult mai complexă în ceea ce privește utilizarea camerei. Factorul 2 - Statutul participanților în interacțiunile pe Zoom - Vorbitorul este aproape

întotdeauna cu camera deschisă, cum ar fi: profesorii, angajatorii și organizatorul Zoom. În timp ce la participanții Zoom statutul se schimbă. Factorul 3 - Genul - Femeile preferă camera închisă comparativ cu bărbații. Factorul 4 - Statutul socioeconomic - Cu cât statutul socioeconomic este mai scăzut, cu atât este mai probabil să se închidă camera la utilizarea Zoom-ului.

Aceste date m-au condus la a doua etapă a capitolului metodologic, cu scopul de a înțelege profund circumstanțele fenomenelor. Am continuat cu cercetare calitativă și am intervievat 66 de participanți. M-am asigurat să desfășor toate interviurile pe Zoom. Același instrument pe care îl cercetez. În interviurile personale, camera a fost deschisă majoritatea timpului și a fost închisă conform întrebărilor conotative și denotative și conform nevoilor interviuatului. În această etapă a cercetării, aveam date cantitative și calitative. Pe de altă parte, încă simțeam că mediul investigat ascundea secrete pe care nu le descifrasem încă. Căutam un alt instrument de cercetare care să completeze imaginea metodologică holistică. Prin urmare, m-am orientat către cercetarea vizuală, care este inima acestei teze. Cu ajutorul cercetării vizuale, am reușit să descifrez straturi ascunse care ne conduc, pe noi, factorii de decizie, să nu folosim camera și concepte vizuale digitale care afectează rezultatele cercetării (Barthes, 2003). În cele din urmă, am înțeles că studiul a fost ales ca cercetare exploratorie. Această abordare permite o investigație detaliată a contextului cultural și social specific al utilizării Zoom în Israel în perioada Covid-19 și oferă perspective asupra ajustărilor și provocărilor unice cu care se confruntă utilizatorii în acest context. Metoda de cercetare exploratorie permite o analiză aprofundată a nuanțelor schimbărilor în comunicare create de adoptarea pe scară largă a Zoom-ului. Metodologia de cercetare combină metode cantitative, calitative și vizuale pentru a oferi o înțelegere cuprinzătoare a fenomenului.

Ultimul pas în cercetarea metodologică a fost inteligența artificială. Ideea de a face o comparație între rezultatele cercetării și AI a provenit din ideea că inteligența artificială își colectează datele din informațiile existente pe web și din înțelepciunea mulțimii. Astfel, în ciuda timpului generos pe care l-am avut în timpul izolărilor Covid-19 pentru a studia un grup mare de participanți și o populație diversă de cercetare, AI are o capacitate de colectare a datelor greu de concurat (pe scară internațională). În ciuda corelației între rezultatele cercetării (AI și ale mele), este încă

posibil să se identifice un decalaj în aspectul emoțional-vizual între AI și intervievații și respondenții studiului.

Această metodă mixtă în abordarea cercetării exploratorii a oferit o privire cuprinzătoare asupra utilizării camerei pe Zoom, combinând date cantitative largi cu perspective calitative profunde și analiză vizuală contextuală. În studiul meu de caz, am folosit metoda de cercetare vizuală-genealogică, utilizând un instrument de analiză semiotică. Am explorat vizual conexiunea dintre Zoom și alte instrumente mediatice contemporane pentru a găsi analogii existente în media.

Această metodologie a fost esențială în dezvăluirea motivelor multifacetate din spatele comportamentelor de utilizare a camerei și impactul lor asupra media în timpul pandemiei în Israel. În plus față de simboluri și simulări, design grafic, reclame, ilustrații, video și fotografie, precum și arta digitală și alte forme de media vizuală, aceste domenii de studiu se schimbă tot timpul, adăugându-se acum o altă formă vizuală a unui ecran negru. Comunicarea vizuală include, de asemenea, utilizarea limbajului corporal și a expresiilor faciale în comunicare. De asemenea, examinează modul în care oamenii interpretează și răspund la informațiile vizuale (Berger, 2014).

Întrebări de Cercetare

Atribuirea întrebării de cercetare metodei de cercetare în fiecare întrebare separat. Care sunt motivele pentru deschiderea sau închiderea camerei atunci când se utilizează Zoom? (Vizual, Cantitativ și Calitativ). Care este impactul ecranului negru asupra comunicării interpersonale și sociale? (Calitativ). Care sunt avantajele versus dezavantajele utilizării camerei atunci când se utilizează Zoom? (Calitativ). Când este cel mai potrivit moment pentru a folosi un ecran negru în timpul utilizării Zoom, dacă este cazul? (Calitativ).

Ipoteză

Utilizarea camerei în timpul Zoom-ului creează noi coduri ale culturii vizuale. (La fel cum camera închisă creează coduri). (Calitativ, cercetare vizuală)

Rezultate Așteptate

Studiul este de așteptat să aducă lumină asupra dinamicii comunicării virtuale și să ofere perspective profunde asupra provocărilor și oportunităților pe care le prezintă. Rezultatele anticipate includ perspective asupra motivelor din spatele închiderii camerei, impactul acestora asupra eficacității comunicării și apariția de noi norme culturale în mediile virtuale.

- Motivele evidente pentru închiderea camerei.
- Dovada că o cameră închisă afectează modul în care mesajul este înțeles. Fie că este închisă camera de auto-reprezentare sau dacă, în general, doar simțul auzului este activat pe Zoom.
- Schimbarea codurilor de comunicare virtuală odată cu introducerea Zoom-ului.
- Efectul asupra comunicării sociale virtuale ca urmare a închiderii camerei.
- Niciun avantaj al unei camere închise în Zoom.

Concluzii

Tehnologia Zoom a devenit o parte integrantă a vieților noastre zilnice, în special în perioadele de criză când suntem deconectați, anxioși, îngrijorați și uneori deprimați. Ne-a obligat să ne deschidem casele și locurile intime pentru alții și să îi observăm pe alții în timp ce suntem noi înșine observați. Pe măsură ce trecem la un format hibrid, ecranele negre care domină viețile noastre au devenit o nouă cultură vizuală care ne spune diverse povești. Uneori despre noi înșine. Studiul constată că un număr semnificativ de participanți își închid camerele pur și simplu pentru că este posibil. Acest lucru evidențiază un peisaj etic complex. Acest comportament, deși aparent simplu, ridică întrebări despre intimitate, control și natura interacțiunii virtuale. Considerațiile etice sunt esențiale atunci când utilizatorii navighează echilibrul între vizibilitate și intimitate în spațiile digitale.

Zoom, care se bazează pe reprezentări digitale, permite participanților să fie catalogați în funcție de reprezentarea lor digitală pe ecran și de alegerile politice atunci când participă la Zoom. Fiecare afișare pe ecran are un mesaj clar și afectează

experiența utilizatorului, precum și pe ceilalți participanți la Zoom. Încărcătura stratificată a atâtor auto-reprezentări plus o privire lungă asupra auto-reprezentării personale conduce la un fenomen emergent născut cu Zoom și numit „oboseala Zoom” (Shockley, 2021). Auto-reprezentarea în Zoom se dovedește a fi un factor critic, mulți utilizatori exprimând disconfort cu faptul că sunt văzuți tot timpul. Acest disconfort provine din conștientizarea de sine legată de aspectul fizic și presiunea de a menține o anumită imagine. Cercetarea sugerează că, uneori, închiderea camerei permite oamenilor să se concentreze mai bine pe conținut și reduce anxietatea legată de auto-prezentare. Pe de altă parte, uneori opusul conduce la o recomandare de a închide camera. Există participanți cărora le place cu adevărat să se observe (motivul narcisismului) în timpul Zoom-ului. Acest fenomen face de asemenea dificilă concentrarea asupra conținutului Zoom.

Preocupările legate de siguranța Zoom, în special printre adulți, sunt semnificative. Prezența ecranelor negre poate evoca sentimente de vulnerabilitate și frică, evidențiind necesitatea unor medii de susținere care să abordeze aceste anxietăți. Fenomenul ecranului negru reprezintă, de asemenea, metaforic, o retragere către intimitate în cadrul monitorizării întâlnirilor virtuale. În spațiul cibernetic, nu avem încredere unii în alții. Avem nevoie de mecanismul de control al lui Foucault (1975) - să știm tot timpul ce se întâmplă, cu cine și când. Vrem dovezi că sunt acolo, vrem să vedem asta live. Cercetarea dezvăluie că comportamentul de eliminare a camerei perturbă dinamica tradițională a grupului, creând un sentiment de impotență virtuală și neîncredere. Participanții echivalează vizibilitatea camerelor cu prezența și implicarea, iar lipsa indiciilor vizuale poate duce la o rupere a încrederii în media. Această constatare subliniază necesitatea unor noi norme și proceduri în setările virtuale de grup.

Studiul identifică noi coduri culturale vizuale care apar din utilizarea Zoom, inclusiv codul ecranului negru, codul realității augmentate și codurile legate de auto-reprezentare și rețelele sociale interactive. Alte coduri culturale digitale în Zoom sunt legate de limbajul corporal exagerat (cel care în cele din urmă cauzează oboseala Zoom de asemenea), zâmbete forțate, privire directă, ochi deschiși, dând din cap viguros, ridicând degetul mare, trunchi drept/îndoit și multe altele. Schimbările de postură și experimentarea mișcării cât mai puțin posibil. Cu camera deschisă, există o încercare de a obține un selfie Zoom reușit și apoi de a încerca să-l înghețe în modul

imagine. O dorință foarte problematică a utilizatorilor, deoarece încearcă să forțeze o configurație de imagine 2D să devină o configurație video 3D. Fiecare mișcare îl scoate pe utilizator din concentrare, fie că este mișcarea sa, fie că este mișcarea prietenilor săi. Așadar, se pare că un alt cod non-verbal stabilit de Zoom este momentul înghețării oamenilor care sunt evident într-o filmare live. Se simte foarte nenatural și chiar nu este (Beilenson, 2022). Aceste coduri reflectă natura evolutivă a comunicării vizuale în spațiile digitale și subliniază rolul culturii vizuale în modelarea interacțiunilor interpersonale.

Implicațiile pentru comunicare și societate indică faptul că dependența crescută de instrumentele de comunicare virtuală, cum ar fi Zoom, are implicații profunde pentru modul în care înțelegem și ne angajăm în comunicarea interpersonală. Fenomenul ecranului negru reflectă tendințele sociale mai largi către intimitate și auto-prezentare controlată și provoacă noțiunile tradiționale de vizibilitate și interacțiune.

Câteva recomandări pentru a face față acestor provocări: Dezvoltarea de ghiduri pentru utilizarea etică și eficientă a Zoom, subliniind importanța echilibrului între intimitate și vizibilitate, încurajarea practicilor care promovează încrederea și implicarea în setările virtuale, cum ar fi stabilirea unor norme clare pentru utilizarea camerei, desfășurarea mai multor cercetări asupra efectelor pe termen lung ale comunicării virtuale asupra interacțiunii sociale și bunăstării psihologice.

Originalitatea și inovația cercetării constă în investigarea cuprinzătoare a fenomenului ecranului negru, integrând perspective teoretice din cultura vizuală, comunicarea în criză și etica digitală. Oferă perspective inovatoare asupra dimensiunilor etice, sociale și psihologice ale comunicării virtuale, contribuind la domeniul mai larg al studiilor media digitale. Studiul subliniază necesitatea unei înțelegeri nuanțate a comportamentului camerei în comunicarea virtuală. Prin examinarea interacțiunii dintre considerațiile etice, auto-reprezentarea și dinamica grupului, studiul oferă perspective importante asupra peisajului în evoluție al interacțiunii digitale. Aceste constatări au implicații importante atât pentru proiectarea instrumentelor de comunicare virtuală, cât și pentru dezvoltarea celor mai bune practici pentru utilizarea lor în contexte profesionale și educaționale. Cercetarea fenomenului ecranelor negre în timpul întâlnirilor Zoom, în special în timpul

pandemiei COVID-19, are implicații semnificative pentru industria comunicațiilor. Deoarece videoconferințele au devenit o parte esențială a interacțiunilor profesionale, educaționale și sociale, înțelegerea motivelor pentru care participanții își închid camerele și modul în care acest comportament afectează comunicarea este importantă. Acest studiu își propune să ofere perspective care pot îmbunătăți instrumentele și practicile de comunicare virtuală. Cercetarea oferă un nou cadru teoretic și o analiză empirică a comunicării virtuale în era Zoom, oferind perspective acționabile pentru consultanți și propunând politici pentru gestionarea și îmbunătățirea practicilor de comunicare digitală în viitor.

Bibliografie selectivă

- Abrudan, E. (2012). *Cultura vizuală: Concepte & Context*. Galaxia Gutemberg.
- Anderejevic, M. (2007). *iSpy: Supraveghere și Putere în Era Interactivă*. Lawrence, KS: University Press of Kansas.
- Ba'arath, R. (2003). *Retorica imaginii*. În T. Livs, & M. Talmon (Eds.), *Comunicarea ca și Cultură: De la Teorie la Practică* (Vol. 1, pp. 271-259). Tel Aviv: Open University.
- Baudrillard, J. (2007). *Simulacra și Simulare*. (T. A. Azoulay, Ed.) Tel Aviv: Hakibbutz Hameuchad.
- Ben Gal-Herzog, J. (2022, 13 martie). Cercetătorul care s-a regăsit într-un apel Zoom inutil - și a dezvoltat indicele "Oboseală Zoom". *TheMarker Career*. Preluat de la <https://www.themarker.com/career/2022-03-13/ty-article-magazine/.premium/0000017f->
- Berger, A. A. (2014). *Tehnici de Analiză Media*. Sage Publications.
- Bollas, C. (1987). *Umbra obiectului: Psihanaliză a necunoscutului*. New York: Columbia University Press.
- Brah, A., & Coombs, A. E. (2000). *Hibriditatea și Nemulțumirile sale: Politică, Știință și Cultură*. Londra și New York: Routledge.
- Brown, A. (2018). Îmbunătățirea comunicării virtuale: Strategii pentru crearea de medii incluzive. *Journal of Virtual Communication*, 25(2), 195-214.
- Cialdini, R. B. (2004). Influența socială: Conformitate și Aderare. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 591-621.
- Cohen, A. (1985). *Integrarea în Planificarea Curriculumului: Tema Integrativă*. Ierusalim: Ministerul Educației, Unitatea de Învățare Activă: Universitatea Ebraică.
- De Saussure, F. (1941). *Revue Suisse de Linguistique Generale*. Genève.
- Duffy, L. F. (2020). *Cum să Combateți Oboseala Zoom*. Harvard Business Review.

- Eisenman, D., Cordasco, K., Asch, S., Golden, J., & Glik, D. (2007). Planificarea dezastrelor și comunicarea riscurilor cu comunitățile vulnerabile: Lecții din Uraganul Katrina. *American Journal of Public Health*, 97(Suppl 1), S109–15.
- Ferreira, R., Pereira, R., Bianchi, I. S., & Mira da Silva, M. (2021). Factori de Decizie pentru Adoptarea Muncii la Distanță: Avantaje, Dezavantaje, Forțe Motrice și Provocări. *Journal of Open Innovation Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 62.
- Fischhoff, B. (2015, 30 octombrie). Realitățile analizei cost-beneficiu-risc. *Science*. doi:DOI: 10.1126/science.aaa6516
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2017). *Cogniție socială: De la creiere la cultură*. Sage Publications.
- Foucault, M. (1978). *Disciplina și Pedepsa: Nașterea Închisorii*. (A. Sheridan, Trans.) New York: Pantheon.
- Foulkes, S. H. (1946). *Despre analiza de grup*. *International Journal of Psychoanalysis*, 27, 46-51.
- Freud, S. (1914). *Despre Narcisism*. Ediția Standard a Operelor Psihologice Complete ale lui Sigmund Freud, Volumul XIV (1914-1916): Despre Istoria Mișcării Psihanalitice, Lucrări de Metapsihologie și Alte Lucrări, 67-102.
- Freud, S. (1917). *Doliu și Melancolie*. Ediția Standard a Operelor Psihologice Complete ale lui Sigmund Freud, Volumul XIV (1914-1916): Despre Istoria Mișcării Psihanalitice, Lucrări de Metapsihologie și Alte Lucrări.
- Gefter, P. (2007, 23 septembrie). "Sex în Parc și Spectatorii săi Șireți". *The New York Times*.
- Glik, D. (2007). Comunicare de risc pentru situații de urgență de sănătate publică. *Annual Review of Public Health*, 28, 33–54.
- Gonzalez, R. (2019). Impactul indicilor vizuali în comunicarea virtuală. *Journal of Online Communication*, 42(3), 102-119.
- Handarini, O. I., & Wulandari, S. S. (2020). Învățarea Online Ca Efort de Studii de Acasă (SFH). *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 465–503.
- Henim, S. R., & Sari, R. P. (2020). *Jurnal Politeknik Caltex Riau Evaluarea Experienței Utilizatorului Sistemului de Informații Academice pentru Studenți la Instituțiile de Învățământ Superior Folosind Experiența Utilizatorului*. *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, 6(1), 69–78. doi:<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/article/view/3582>
- Hennig-Thurau, T., Malthouse, E. C., Friege, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A., & Skiera, B. (2010). Impactul noilor media asupra relațiilor cu clienții. *Journal of Service Research*, 13(3), 311-330. doi:<https://doi.org/10.1177/109467051037546>
- Herlander, E. (2022). *Voyeur-Voyager @ AR Teorie, Concepte și Promisiuni ale Realității Augmentate ca Mediu Nou*. În *Virtual și Augmented Reality pentru Arhitectură și Design*, 1st ed., pp. 18.
- Hills, T. T. (2019). Partea întunecată a proliferării informațiilor. *Perspectives on Psychological Science*, 14, 323–330.

- Johnson, R. E., Muraven, M., Donaldson, T. L., & Lin, S.-H. J. (2018). Autocontrol în organizațiile de lucru, Sinele la muncă: Teorie fundamentală și cercetare. (R. E. D. L. Ferris, Ed.) *Routledge/Taylor & Francis G*.
- Kasman, K., & Hamdani, Z. (2021). Efectul aplicației Zoom asupra interesului studenților în învățare. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 404–408. doi:<https://doi.org/10.31933/dijemss.v2i3>
- Kempton, B. (2018). *WABI SABI: Înțelepciunea japoneză pentru o viață perfectă*. Israel: Tchelet.
- Khakim, M. L., & Sharif, O. O. (2018). Analiza Experienței Utilizatorului Aplicației Go-Jek Folosind Heart Metrics. *E-Proceedings of Management*, 5(1), 189–194.
- Kohut, H. (1968). Tratatamentul psihanalitic al tulburărilor de personalitate narcisiste. În *Căutarea Sinelui* (Vol. vol. I). New York: International Universities Press.
- Loglia, J. M., & Bowers, C. A. (2016). *Comunicarea Online. Emoții, Tehnologie și Design*. Preluat de la <https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/online-communication>
- Lowrey, W. (2004). Dependența de media în timpul unei perturbări sociale de mari dimensiuni: Cazul din 11 septembrie. *Mass Communication & Society*, 7(3), 339–357.
- Lwin, M. (2018). Utilizările strategice ale Facebook în comunicarea despre focarul de Zika: implicații pentru modelul de comunicare de criză și urgență. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, 1974. doi:doi:10.3390/ijerph15091974
- Lynch, K. (2021, 4 decembrie). Cine profită de pe urma conferințelor video? *Forbes*. Preluat de la <https://www.forbes.com/sites/kellylynch/2021/12/04/who-benefits-from-video-conferences/>
- Mares, A. S. (2021). Impactul comunicației virtuale asupra studenților în timpul pandemiei. *Journal of Educational Technology*, 34(4), 299–317.
- McLuhan, M. (1964). *Înțelegerea media: Extensiile omului*. New York: McGraw-Hill.
- Monica, J., & Fitriawati, D. (2020). Eficacitatea utilizării aplicației Zoom ca mediu de învățare. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 1630–1640. doi:<https://doi.org/10.35508/jikom.v9i2.2416>
- Munthe, R. D. (2018). Analiza Experienței Utilizatorului Aplicației Mobile Facebook (Studiu de caz asupra studenților de la Universitatea Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi*, 2(7), 2679–2688. doi:<https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/1672>
- Naserly, K. (2020). Implementarea Zoom, Google Classroom și Grupul Whatsapp pentru Susținerea Învățării. *Jurnal Aksara Public*, 4(9).
- Negroponte, N. (1996). *Fii digital*. (E. Lotem, Trans.) Or Yehuda: Ma'ariv Library.
- Ner, S. (2021). *Cel cu fundalurile: diferiți studenți în Zoom*. Pierogi.
- Ophir, Y. (2018). Acoperirea epidemiilor în ziarele americane prin prisma cadrului de comunicare de criză și urgență. *Health Secure*, 16, 147–157.

- Planalp, S., & deTurck, M.A. (2005). Comunicarea emoției: Teorie și cercetare în revistă. *Human Communication Research*, 31(1), 3-20.
- Quarantelli, E. (2001). Probleme statistice și conceptuale în studiul dezastrelor. *Disaster Prevention and Management*, 10(5), 325–338.
- Quinn, P. (2018). Comunicarea de criză în urgențele de sănătate publică: limitele "controlului legal" și riscurile pentru rezultate dăunătoare în era digitală. *Life Sci Soc Policy*, 14(4).
- Ramachandran, V. (2021, 23 februarie). Cercetătorii de la Stanford identifică patru cauze pentru 'oboseala Zoom' și soluțiile lor simple. Preluat de la <https://news.stanford.edu/2021/02/23/four-causes-zoom-fatigue-solutions/>
- Reich, Z. (2009). *Sursele știrilor: Probleme cheie în jurnalism—O inovare a presei israeliene*.
- Reich, Z. (2010). Identificarea celor mai bune practici în comunicarea de criză în Israel. *Studii CrisComScore*, nr. 2.1.
- Reich, Z., & Bente, L.-L. (2011). *Un ghid de comunicare de criză pentru organizațiile publice*. (R. L.-L. M. Vos, Ed.)
- Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2005). Comunicare de criză și urgență ca model integrativ. *Journal of Health Communication*, 10(1), 43-55.
- Rice, S. M., Graber, E., & Kourosch, A. S. (2020). O pandemie de dismorfie: "Zooming" în percepția noastră asupra aspectului. *Chirurgia Facială Plastică & Medicina Estetică*, 22(6), 401-402.
- Riggio, R. (2013). *Comunicare și Consecințe: Legile Interacțiunii*. (L. P. Nicotera, Ed.) New York: Routledge.
- Robinson, J., Smith, K., & Johnson, M. (2021). Atenția și implicarea în întâlniri virtuale: Rolul prezenței vizuale. *Journal of Remote Collaboration*, 18(1), 65-78.
- Romli, S. M. (2012). *Ghid Practic pentru Gestionarea Media Online*. Nuansa. Jurnalistik Online.
- Rushkoff, D. (2010). *Programează sau Fii Programat: Zece Porunci pentru o Eră Digitală*. New York: OR Books.
- Seeger, M. (2009, prezentare la conferința internațională). Nevoile informaționale și căutarea informațiilor după evenimente de criză: cazul dezastrelor naturale. *Comunicarea de Criză la Începutul Secolului 21*. Ilmenau, Germania.
- Senft, T. (2013). #selfie: Autoportrete Digitale ca Artefacte Expresive. *Journal of Media Practice*, 14(3), 145-162.
- Serhan, D. (2020). Tranziția de la învățarea față în față la cea la distanță: Atitudinile și percepțiile studenților despre utilizarea Zoom în timpul pandemiei COVID-19. *International Journal of Technology in Education and Science (IJTES)*, 4(4), 335-342.
- Shalita, R., Friedman, A., & Harten, R. (2011). *Alfabetizarea Vizuală în Acțiune: Educația în Era Vizuală*. Tel Aviv, Israel: Mofet.
- Shockley, K. M., Gabriel, A. S., Robertson, D., Rosen, C. C., Chawla, N., Ganster, M. L., & Ezerins, M. E. (2021). Efectele obositoare ale utilizării camerei în

- întâlniri virtuale: Un experiment pe teren în cadrul unei persoane. *Journal of Applied Psychology*, 106(8), 1137-1155.
- Skelton, C., Francis, B., & Shulyan, L. (2006). *Sage Handbook of Gender and Education*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Smith, L., & Johnson, T. (2020). Comunicare nonverbală în medii virtuale. (K. A. Davis, Ed.) *Routledge*.
- Smith-Shank, D. &. (1996). World Wide Web: Alice întâlnește cyberspațiul. *Art Education*, 49(6).
- Sussman, S., & Moran, M. B. (2013). Dependența ascunsă: Televiziunea. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(3), 125–132.
- Ulmer, R. T., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2007). *Comunicarea eficientă de criză: Trecerea de la criză la oportunitate*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Vaimberg, R., & Rolnick, H. W. (2020). *Transformare prin oglinda tehnologică*. New York: Routledge.
- Weinberg, H. (2016). Grupuri imposibile care prosperă în containere care se scurg: Provocând teoria analizei de grup. *Group Analysis*, 49(4), 330-349.
- Weinberg, H. (2018). Paradoxul grupurilor de pe internet: singur în prezența altora virtuali. *Ibn Yehuda: Emcia*.
- Winnicott, D. (2007). *Joc și realitate*. Tel Aviv: AmOved.
- Xia Zeng, A. S. (2021). Verificarea automată a faptelor: Un sondaj. *Compass Journal*. doi: <https://doi.org/10.1111/lnc3.12438>
- Ziegenlaub, A., & Stoffler, A. (2020). Zoom în zilele COVID-19. *Colecția Jurnalului Israelian de Consiliere și Terapie de Grup*, 25, 8-25.