

**DIGI.JOB.ID**

**Unit 3 – Arbeitsblatt Glossar**

**DIGI.JOB.ID.**  
Digital Job Identities



## Redaktionelle Informationen:

Diese Sammlung von Trainingsmaterialien wurde von der ERASMUS + Projektpartnerschaft [digi.job.id](http://digi.job.id) / [digijobid.eu](http://digijobid.eu) (Koordination BFI OÖ) entwickelt.

ENAIP VENETO ist verantwortlich für die Entwicklung und Herausgabe dieser Unit.

Kontakt:

Berufsförderungsinstitut OÖ

Muldenstraße 5, 4020 Linz, Österreich

Tel. +43 732 6922-0, [service@bfi-ooe.at](mailto:service@bfi-ooe.at)



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



# Glossar

1. ADD	Jemanden zu einem sozialen Medien Profil als Freund (Freund/Kollege) hinzufügen.
2. ALERT	Der Begriff weist auf eine Kommunikation hin, mit dem Ziel auf ein eine Aktualisierung oder auf Neuigkeiten aufmerksam zu machen. Die Mitteilung erfolgt durch E-Mail oder durch eine Benachrichtigung auf seiner/ihrer eigenen sozialen Netzwerk Profil Homepage.
3. ALIAS	Falsche Identität die am Internet angenommen wird (zum Beispiel in sozialen Netzwerken). Der/die Nutzer/in kann einen Fantasienamen annehmen, ein Pseudonym oder etwas von existierenden Personendaten geeignetes.
4. BLOG	Abkürzung von "web log." Eine Anhäufung von Mitteilungen die normalerweise von einem Individuum oder einer Firma aufrechterhalten werden, mit regelmäßigen inhaltlichen Einträgen über ein spezifisches Thema, Eventbeschreibungen. „Blog“ kann auch als Verb verwendet werden, und bedeutet Inhalte auf einem Blog aufrechtzuerhalten oder hinzuzufügen.
5. BLOGGER	Eine Person die ihren/seinen eigenen Blog verwaltet und Mitteilungen postet und jene, die von den Blog Leser/innen geschrieben wurden, beantwortet.
6. CHAT	Sofortiges Mitteilungssystem. Dieser Begriff kommt vom englischen Wort „Chat“, wortwörtlich „Konversation“. Der Online Dialog kann zwei Menschen oder eine größere Gruppe von Subjekten involvieren.
7. COOKIE	Cookies sammeln Daten über dein persönliches Online Verhalten (besuchte Seiten). Cookies beeinflussen die ganzen Ergebnisse beim Surfen durch das Internet.
8. DISCUSSION BOARDS	Online Sites/Plätze die es Nutzer/innen erlauben, Kommentare über spezifische Themen abzugeben.
9. FAKE	Falsche Identität die von einem/er Online Nutzer/in angenommen wird. Im Gegensatz zum Alias, das bekannt und transparent ist, wenn es vom System zugelassen wird, ist die „Fake“ eine unbekannte und versteckte Änderung der Identität. Manchmal kann das Wort „fake“ dazu verwendet werden um falsche Neuigkeiten anzuzeigen.
10. FORUM	Eine Website oder Webpage die Nutzer/innen dazu befähigt Inhalte zu posten (normalerweise Fragen), um von anderen Teilnehmer/innen Feedback zu bekommen (normalerweise Antworten).

11. GOOGLING	Über etwas Informationen suchen und dafür Google verwenden.
12. LIKE	Eine Aktion die von Facebook oder Instagram Nutzer/innen gemacht werden kann. Anstatt ein Kommentar zu schreiben oder einen Post / eine Mitteilung zu teilen, kann ein/e Nutzer/in den „Like“ Knopf drücken, als eine Möglichkeit um Zustimmung zu zeigen.
13. LOG IN	Zugang suchen und erhalten zu einer Website oder einer Online Dienstleistung, indem der eigene Nutzer/innen Name (User Name) und das eigene Kennwort (Keyword) verwendet wird.
14. MEME	Wird verwendet um einen Gedanken, eine Idee oder einen Witz, oder ein Konzept zu beschreiben, das ganz breit online geteilt wird. Es ist typischerweise ein Bild mit Text darüber und darunter, kann aber auch in Video oder Link Form kommen.
15. NETIQUETTE	Regeln und Verhaltensweisen beim höflichen Interagieren mit anderen Menschen online.
16. PERSONAL BRANDING	Persönliche Markenbildung „Branding“ ist der Prozess eine „Marke“ zu entwickeln, die rundum deinen persönlichen Namen und deine Karriere kreiert wird. Du verwendest diese „Marke“ um deine Fähigkeiten, Persönlichkeit und Werte auszudrücken und zu kommunizieren. Das Endziel ist, dass die persönliche Marke die du entwickelst deinen Ruf aufbauen und dir dabei helfen wird, dein Netzwerk auf eine Art und Weise zu erweitern, dass es auch andere interessiert. Diese werden dich dann für dein Wissen und deine Expertise suchen.
17. PERSONAL DATA	Jegliche Information die sich auf eine identifizierbare natürliche Person (Datensubjekt) bezieht; eine identifizierbare natürliche Person ist eine die direkt oder indirekt identifiziert werden kann.
18. POST	Eine Mitteilung, nicht unbedingt nur eine Textmitteilung, die in einer Nachrichtengruppe, in einem Forum oder auf irgendeinem „Board“ / Gremium gepostet wird.
19. PRIVACY POLICY	Erklärende Seite. Dies kann eine einfache Zusammenfassung der Nutzungsbedingungen der Website sein, die Informationen darüber beinhaltet: wie persönliche Daten, die vom Nutzer/von der Nutzerin in die Website des sozialen Netzwerks eingegeben werden genutzt werden; wer die Erlaubnis hat diese Daten zu verwenden; welche Möglichkeiten es gibt sich der Handhabung der Informationen zu widersetzen.
20. PROCESSING	Jede Operation oder Reihe von Operationen, die auf persönliche Daten oder auf Gruppen von personenbezogenen Daten durchgeführt wird, ob oder ob nicht durch automatisierte Mittel, wie: das Erheben/Sammeln, Aufnehmen, die Organisation, Strukturierung, Speicherung, Anpassung oder Veränderung, Wiederherstellung, das Abfragen, die Nutzung, die Offenlegung von Übermittlung, Verbreitung oder jede andere Form der Bereitstellung, die Anpassung oder die Kombination, Einschränkung, das Löschen oder Vernichten;

21. PROFILE	Persönliche Daten die auf einer Online-Plattform hochgeladen wurden. Normalerweise persönliche Aufzeichnungen (Datum und Ort der Geburt, Wohnort, etc.). Es wird auch Konto / „Account“ (Identität/“Identity“) genannt.
22. PROFILING	Jede Form von automatisierter Verarbeitung personenbezogener Daten, bestehend aus der Verwendung von personenbezogenen Daten, um bestimmte persönlichen Aspekte in Bezug auf eine natürliche Person zu evaluieren, insbesondere um Aspekte zu analysieren oder vorherzusagen, die die Leistungen bei der Arbeit, die wirtschaftliche Situation, Gesundheit, persönlichen Vorlieben, Interessen, Zuverlässigkeit, das Verhalten, den Standort oder die Bewegungen der natürlichen Person betreffen.
23. RANK (page)	Rangfolge, die eine Suchmaschine (Bing, Google, Yahoo, etc.) einer bestimmten Website / Seite zuweist. Der „Page Rank“ bestimmt, wie weit unten eine „Site“/Seite auf der Ergebnisseite der Suchmaschine erscheinen wird.
24. SERVER	Ist im Allgemeinen ein Online-Computer, der dazu verwendet wird ein Service/eine Dienstleistung zu bieten (zum Beispiel die Verwaltung einer Suchmaschine einer Website eines sozialen Netzwerkes). Die „Klienten/innen“ sind die Computer (wie etwa die Hauscomputer) die Nutzer/innen verwenden, um mit dem Server Verbindung aufzunehmen und das Service/die Dienstleistung zu bekommen.
25. SHARING	Andere Nutzer/innen (bekannt / unbekannt) in einer offenen (oder teilweise offenen) Art und Weise mit hochgeladenem online-Material (Text, audiovisuelle Medien, Bild ...) interagieren zu lassen.
26. SOCIAL MEDIA	Ein Begriff, der Online-Websites / Plattformen umfasst, die es Menschen ermöglicht sich auf einer persönlichen Ebene verbinden zu können.
27. SPAM	Unerwünschte Werbung und Angebote. Auf sozialen Netzwerken gibt es immer die Anwesenheit von komplexen Formen des „sozialen Spam“.
28. STORYTELLING	Die Kunst des Geschichtenerzählens angewendet als überzeugende Kommunikationsstrategie (insbesondere im politischen, wirtschaftlichen oder geschäftlichen Bereich).
29. TAG / HASHTAG	Marker, virtuelles Etikett, Schlüsselwort, das in der Regel einem digitalen Inhalt zugeordnet ist (Bild, Artikel, Video). Wenn es (wie in den meisten Fällen) mit dem Zeichen '#' beginnt, wird es Hashtag genannt. Es ermöglicht das Indizieren/Katalogisieren und die schnelle Suche in einem schnellen Weg, indem Daten dem gleichen „Tag“ zugeordnet werden.
30. TAGGING	Die Praxis ein Foto, ein Video oder eine Nachricht zu etikettieren. Der „Tag“ kann einem Standort (Geotagging) entsprechen oder ein beliebiges Stich-/Schlüsselwort beinhalten.

31. TROLLING	Der Begriff definiert eine Person, die sich online als „Troll“ verhält. Dies bedeutet beleidigend und durch die Veröffentlichung von negativen Kommentaren zu anderen Nutzer/innen der virtuellen Gemeinschaft zu sein.
32. UPLOAD	Das online Einfügen jeder Art von Daten (audiovisuelle Medien, Text, Bild, etc.), auf deiner sozialen Netzwerk-Profil-Seite oder als Anhang einer Nachricht.
33. URL	Ist die Abkürzung für „Uniform Resource Locator“. Es stellt eine Folge von Zeichen dar, die eindeutig die Internetadresse von jeder Art von Ressource identifizieren (als Dokument oder als ein Bild). Es ist das Element, das es ermöglicht eine Website zu finden, die Zeichen, die wir auf dem Browser-eingeben um nach einer Webseite oder einer Datei zu suchen.
34. USER AGEEMENT	Lizenzvertrag mit dem/r Nutzer/in eines bestimmten Dienstes.



**AKLUB**



*This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*